



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله

معهد العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية و التجارية

ميدان: علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية

المرجع : / 2015

الشعبة: علوم اقتصادية

التخصص: بنوك

مذكرة بعنوان:

الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية وأثرها على القطاع المصرفي الجزائري
دراسة حالة : بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة ميله-

مذكرة مكمله لنيل شهادة الليسانس في العلوم الإقتصادية (ل.م.د)

تخصص: " بنوك "

إشراف الأستاذ (ة):

حمزة خوازم

إعداد الطلبة:

- العلمي إسحاق
- كاسح لعور إبراهيم
- بوطيبة آمال

السنة الجامعية: 2014 / 2015

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر وتقدير

في الحديث القدسي:

«بدي لم تشكرني .. لم تشكر من قدمت لك الخير .. ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أُم .. ترضاه».

الحمد والشكر الذي وفقنا إلى إتمام هذا العمل، كان لشيء أن يجري .. إلا ..

ولا .. ونحن .. هذا المقام إلا أن نتقدم بشكرنا وتقديرنا وعرفاننا وامتناننا إلى الأستاذ المشرف:

حمزة خوازم

الذي لم .. بإرشاداته ونصائحه وتوجيهاته السديدة والتي كان .. الأثر

.. إنجاز هذا العمل، وكذا صبره وسعة صدره وحرصه الدائم لإتمام هذا العمل

.. أحسن الظروف، .. روح التواضع والمعاملة الجادة، .. زاه الله .. الخير.

.. نتقدم بجزء الشكر .. أساتذة معهد العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسليم والإ ..

.. المكتبة .. ووالهم وتعاونهم ..

ولا يفوتنا أن نتقدم بالشكر والعرفان إلى .. من أمدنا .. المساعدة من قريب أو من ..

.. إنجاز هذا العمل ولم .. ذكر أسمائهم.

إهداء

باسم الله بدأت ☐ وبالعقل فكرت، وبالقلم خطت...

☐☐☐ ☐ يطيب الليل إلا بشورك ☐ ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ☐ ولا يطيب اللحظات إلا
بذكرك ☐ ولا ☐ يطيب

الآخرة إلا بعفوك ☐ ولا ☐ طيب الجنة إلا بروحك ☐ الله ☐☐☐☐.

أهدي ثمرة جهدي إلى:

☐☐☐ الحنان ورمز الشهامة والعطاء إلى أمي الغالية ☐☐ "فاطمة*."

إلى من هو ☐☐☐☐ الروح لجسد والنور ☐☐☐☐ن أبي العزاز ☐☐ "عبد الحميد*"

إلى أخواني العزيزان ☐☐ بوبكر* و☐☐ حمدان* و ☐☐ أحلى أخت في الدنيا ☐☐ عايدة*
والى ☐☐ العائلة

إهداء خاص إلى ☐☐☐☐ الأحبة والأصدقاء.

إلى رفقاء الدرب ☐☐ عبد العالي، محمد، محمد الأمان، فخر الدين ☐☐ ف الدان، عبدالستار،

☐☐☐☐ زينب، هناء، مسعودة*

إلى اللذان شاركتني ☐☐ إنجاز هذا البحث ☐☐ إسحاق وأمال*

إلى ☐☐ من ساعدني ☐☐ إتمام هذه المذكرة من قرأ أو ☐☐

وفي الأخير أهدي ☐☐☐☐ إلى ☐☐☐☐.

إبراهيم

إهداء

باسم الله بدأت ☐ وبالعقل فكرت، وبالقلم خطت...
☐☐☐ يطيب الله ☐ إلا بشكر ☐ ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ☐ ولا تطيب اللحظات إلا
بذكرك ☐ ولا تطيب

الآخرة إلا بعفوك ☐ ولا تطيب الجنة إلا بروحك الله ☐☐☐.
أهدي ثمرة جهدي إلى:

☐☐☐ الحنان ورمز الشهامة والعطاء إلى أمي الغالية ☐☐☐ "ربيعة*."
إلى من هو ☐☐☐☐☐ الروح للجسد والنور ☐☐☐☐☐ أبي العزيز ☐☐☐ "لخضر*"
إلى أخواني العزيزان * يعقوب * و * آدم * و الأخت الغالية ☐☐☐ *إيمان*
و إلى ☐☐ العائلة كبيرا و صغيرا

☐☐☐ *شراف* داعيا له بالشفاء العاجل و *☐☐☐* و * زكي * وجدتي
علبية و *خديجة* وجدي *قدور* وجدي *محمود* داعيا له بالرحمة و المغفرة و خالتي
☐☐☐☐

إهداء خاص إلى ☐☐☐ الأعبة والأصدقاء.

وإلى أعز الأصدقاء و الأحباب *كريم* و *زكرياء* و *زكي* و *هناء* و
مسعودة و *مونية*

إلى رفقاء الدرب والأحباب ☐☐ السراء والضراء * محمد، محمد الأمل، فخرا الدين ☐☐
الدان، عبد الستار، يحيى، يوسف ☐ أسامة، لامية، زينب*
إلى اللذان شاركانني ☐☐ إنجاز هذا البحث *إبراهيم وأمال*
إلى ☐☐ من ساعدني ☐☐ إتمام هذه المذكرة من قلوب أو ☐☐

إسحاق

إهداء

باسم الله بدأت ✪ وبالعقل فكرت، وبالقلم خطت...
إلهي ✪ يطيّب الدّيل إلا بشكرك، ولا يطّيب النهار إلا بطاعتك، ولا تطّيب اللحظات إلا
بذكرك، ولا تطّيب
الآخرة إلا بعفوك، ولا تطّيب الجنة إلا برويتك الله ✪ ✪ ✪.
أهدي ثمرة جهدي إلى:
✪ ✪ ✪ الحنان ورمز الشهامة والعطاء إلى أمي الغالية " ✪ ✪ ✪ ✪ ✪".
إلى من هو ✪ ✪ ✪ ✪ ✪ الروح للجسد والنور للعبد أبي العزّاز "الظاهر"
إلى من عشت معهم سنين عمري و شاركوني بسمة الحياة أخي و أخواتي الأعراء إلى
أزواجهم وأولادهم
والى ✪ ✪ العائلة
إهداء خاص إلى ✪ ✪ ✪ ✪ الأحبّة والأصدقاء.
إلى رفقاء الدرب *شكري بوحلوفة* و*إيمان بوحداد*
وكذلك الأصدقاء *مصطفى* و*علي* و*لمياء* و*إيمان*
إلى اللذان شاركاني ✪ ✪ إنجاز هذا البحث *إسحاق وإبراهيم*
إلى ✪ ✪ من ساعدني ✪ ✪ إتمام هذه المذكرة من قرّاب أ و ✪ ✪ و إلى اللذان ذكرهم ✪ ✪ ✪
ونسألهم ✪ ✪ ✪.

أمال

الفهرس العام

العنوان	رقم الصفحة
البسمة	
تشكرات	
إهداء	
الفهرس العام	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
فهرس الملاحق	
مقدمة	أ - ج
الفصل الأول: الخدمات المصرفية و توجهها نحو الحداثة	48 - 15
مقدمة الفصل الأول	15
المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية	16
المطلب الأول: تعريف الخدمة المصرفية	16
المطلب الثاني: النشأة و التطور	17
المطلب الثالث: خصائص الخدمة المصرفية وتصنيفاتها	18
المبحث الثاني: الخدمات المصرفية التقليدية	23
المطلب الأول: مفهوم و أنواع الودائع المصرفية	23
المطلب الثاني: الخدمات المصرفية التجارية	26
المطلب الثالث: أنواع القروض المصرفية وآليات جذبها	28
المبحث الثالث: الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية	38
المطلب الأول: إدارة و تسويق الخدمة المصرفية	38
المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية	41
المطلب الثالث: المزايا التي تحققها المصارف من تقديم الخدمات الحديثة	42
المطلب الرابع: المصارف الإسلامية كأحد التوجهات الحديثة للمصارف	45
خاتمة الفصل الأول	48

92-50	الفصل الثاني: تطور الجهاز المصرفي الجزائري في ضوء الإصلاحات المصرفية
50 51 51 55 60 69 69 74 76 79 84 84 85 88 92	مقدمة الفصل الثاني المبحث الأول: هيكل الجهاز المصرفي الجزائري المطلب الأول: البنك المركزي المطلب الثاني: البنوك التجارية المطلب الثالث: البنوك المتخصصة المبحث الثاني: واقع الجهاز المصرفي الجزائري في المرحلة الحالية المطلب الأول: واقع المنظومة المصرفية الجزائرية والخدمات المقدمة في الجهاز المصرفي المطلب الثاني: دور الجهاز المصرفي في تمويل الاقتصاد الجزائري المطلب الثالث: مقومات الاقتصاد الجزائري وتحديات جهازه المصرفي المطلب الرابع: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وفوائدها المبحث الثالث: انعكاسات تطور الخدمات المصرفية على النظام المصرفي المطلب الأول: انعكاسات تطور التقنيات الحديثة على المصارف المطلب الثاني: تطور الخدمات المصرفية وتنامي ظاهرة غسل الأموال المطلب الثالث: آثار الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية خاتمة الفصل الثاني
126-94	الفصل الثالث: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة _
94 95 95 97 99 105 105	تمهيد الفصل الثالث المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة ميلة_ المطلب الأول: نشأة ومراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة ميلة_ المطلب الثاني: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة ميلة_ المطلب الثالث: لمحة عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة ميلة_ المبحث الثاني: أساليب ووسائل تطوير السياسات المتبعة من أجل تحسين الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية _ وكالة ميلة _ المطلب الأول: أساليب تطوير الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية _ وكالة _ المطلب الثاني: وسائل تطوير الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية _

106	وكالة ميلة _
	المطلب الثالث: السياسات المتبعة من أجل تحسين تنافسية بنك الفلاحة و التنمية الريفية
107	_ وكالة ميلة _
	المبحث الثالث: تطور الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية _ وكالة
110	_
	المطلب الأول: الخدمات التقليدية المقدمة من طرف بنوك الفلاحة و التنمية الريفية _
110	وكالة ميلة _
	المطلب الثاني: القروض الممنوحة من طرف بنك الفلاحة و التنمية الريفية _ وكالة
114	_
116	المطلب الثالث: الخدمات الحديثة لبنك الفلاحة و التنمية الريفية _ وكالة ميلة _
126	خاتمة الفصل الثالث
128	الخاتمة العامة
132	المراجع
141	<u>الملاحق</u>

فهرس الجداول والأشكال

فهرس ة ة ة ة

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
80	مستخدمي الأنترنت في الجزائر بالمقارنة مع مثيلاتها من الدول العربية	1-2
118	تطور استخدام البطاقات المستعملة ة بنك الفلاحة والتنمية الريفية الثلثي الأخير ة 2013 والثلثي الأول ة 2014	1-3
125	الجدول (2-3): تطور عدد المنخرطين ة 2014/2013	2-3

فهرس ة ة ة

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
100	الهيكل التنظيمي ة ة ة الجوي ة ة ة -ميلة 055	1-3

فهرس الملاحق

فهرس الملاحق

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	الهيكل التنظيمي للمجمع الجهوي للإستغلال - 055	141
2	تطور استخدام البطاقات المستعملة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية في الثلاثي الأخير 2013 والثلاثي الأول 2014	142 - 143

مقدمة

مقدمة:

أدت ثورة الاتصالات والمعلومات في عصر التطورات المتلاحقة إلى تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي ، و كون هذا الأخير سريع التأثير و الاستجابة للمتغيرات الخارجية ، أدى هذا إلى وجود كيانات مصرفية عملاقة فكان لابد من إعادة النظر في الدور التقليدي للمصارف التي تقوم □□ قبول الودائع ومنح الائتمان والتطلع إلى تقديم خدمات مصرفية و مالية متطورة ومتعة.

ومنذ أكثر من 10 سنوات شرعت الجزائر في إطار الإصلاحات الاقتصادية الشاملة في إصلاح منظومتها المالية والمصرفية استعدادا إلى التحويل نحو اقتصاد السوق وفي هذا المجال تم إصدار العديد من التشريعات لتطوير و تحديث النظام المصرفي و ذلك من خلال إدخال تقنيات جديدة في الخدمة المصرفية و التأثير على جودتها ، إضافة إلى التنوع في أساليب تأديتها أو الحصول عليها.

وهذا حتى تتمكن المصارف الجزائرية من مواكبة مصارف الدول الأخرى وحتى تحتل مكانة مرموقة بينهم □□□□□□□□□□ ومواكبتها للتطور التكنولوجي في عصر العولمة.

إشكالية البحث:

و بناءا على ذلك تتبلور إشكالية بحثنا في طرح السؤال التالي:

□□ مدى تأثير الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية على القطاع المصرفي الجزائري؟

وتحت هذه الإشكالية الرئيسية ندرج الأسئلة الفرعية □□□□□□□□ :

- فيما تتمثل الخدمة المصرفية؟
- ما هي أهم الخدمات المصرفية التقليدية؟
- □□ هي أهم التوجهات الحديثة في مجال تقديم الخدمة المصرفية؟
- □□ هو واقع الخدمات المصرفية في الجهاز المصرفي الجزائري في ظل التوجه الجديد للخدمات المصرفية؟

الفرضيات:

- إن تطور الخدمة المصرفية مرتبط بتطور الهيئة المقدمة (وهي المصارف).
- إن الخدمة المصرفية الحديثة هي الخدمة المقدمة عن طريق التكنولوجيا الحديثة.
- إن تطور الخدمة المصرفية كان له تأثير على الجهاز المصرفي الجزائري.
- إن تأخر الجزائر في مواكبة التطورات العالمية لاسيما في ميدان التكنولوجيا والاتصال قد جعل استعمال المصارف الجزائرية لهذه التكنولوجيا ضعيفا وهو ما أدى إلى ضعف في أداء الخدمات المصرفية.

3- مغراج هوارى، تأثير الساحات التسويقية □□ تطور الخدمات المصرفية □□ المصارف التجارية الجزائرية، أطروحة دكتوراه □□ علوم التسيير □□□□ العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير □□□□□□ الجزائر، 2005.

حدود الدراسة :

تم تحديد هذه الدراسة بمجموعة حدود نوجزها فيمايلي:
فالجانب المكاني للدراسة يتمثل في إستعراضنا حالة الخدمات المصرفية بشكل عام في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة ميله-

أما من الناحية الزمانية، فقد تناولنا الفترة الممتدة منذ فترة بواذر ظهور الخدمات المصرفية في المجتمعات، مروراً بمختلف مراحل تطورها، وصولاً إلى العصر الحديث ووصول الخدمات المصرفية إلى الشكل الذي هي عليه الآن، بالإضافة إلى محاولة إستخدام أحدث الإحصائيات والمعطيات المتوفرة إلى غاية 2014.

□□□□ الدراسة:

للإجابة على إشكالية هذه الدراسة تم تقسيمها إلى:

الفصل الأول: تحت عنوان الخدمات المصرفية و توجهها نحو الحداثة حيث سنتطرق في المبحث الأول إلى ماهية الخدمة المصرفية مجددين بذلك تعريف الخدمة المصرفية ،النشأة و التطور ، وكذلك خصائص و تصنيفات هذه الخدمة ، في حين سنحرص في المبحث الثاني الخدمات المصرفية التقليدية مبرزين في ذلك مفهوم و أنواع الودائع المصرفية، الخدمات المصرفية التجارية ، بالإضافة إلى أنواع القروض المصرفية و آلية جذبها ،أما بالنسبة للمبحث الثالث و الذي هو الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية ، حيث سنتطرق إلى إدارة و تسويق الخدمة المصرفية و كمطلب ثاني الخدمات المصرفية الإلكترونية ، كذلك المزايا التي تحققها المصارف من تقديم الخدمات الحديثة و أخيرا كمطلب رابع المصارف الإسلامية كأحد التوجهات الحديثة للمصارف.

الفصل الثاني:الذي هو عبارة عن تطور الجهاز المصرفي الجزائري في ظل الإصلاحات المصرفية. بحيث سنتناول في المبحث الأول هيكل الجهاز المصرفي الجزائري متطرقين في هذا إلي البنك المركزي و البنوك التجارية وكذا المتخصصة في حين سنتطرق في المبحث الثاني على أهم محطات الإصلاح المصرفي التي مسّت هذا الجهاز في ظل قانون النقد والقرض وأخيرا انطلاقاً من 1990.

الفصل الثالث: الذي يمثل لنا دراسة الحالة على بنك الفلاحة و التنمية الريفية وفي هذا الفصل سنعمل على إبراز الأثر الذي تحدثه الخدمة المصرفية بمختلف اتجاهاتها على المصرف.

الفصل الأول

الخدمة المصرفية

مقدمة الفصل الأول:

إن مفهوم الخدمات المصرفية لا يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمة بصفة عامة ، حيث أن الخدمة المصرفية هي نشاط أو منفعة يقدمها البنك إلى طرف آخر ولا يترتب على تقديمها أي نوع من أنواع الملكية و من أهم أنواع الخدمات المصرفية التقليدية: الودائع، الادخار..... إلخ، ونظرا لدخول الجزائر عصر العولمة أوجب عليها هذا عصرنة مختلف القطاعات و التي مست بصفة مباشرة القطاع المصرفي ، فأصبحت المصارف تقدم خدمات متطورة أبرزها الخدمات الإلكترونية واعرض هذا الفصل تم تقسيمه إلى:

المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية.

المبحث الثاني: الخدمات المصرفية التقليدية.

المبحث الثالث: الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية.

المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية

تعتبر الخدمة المصرفية خدمة تقدمها مؤسسة مالية من نوع خاص تسمى بالمصارف و البنوك و عليه قصد التعريف بها بقسم هذا المبحث إلى:

- المطلب الأول: تعريف الخدمة المصرفية
- المطلب الثاني: النشأة و التطور
- المطلب الثالث: خصائص الخدمة المصرفية و تصنيفاتها

المطلب الأول : تعريف الخدمة المصرفية:

إن مفهوم الخدمة المصرفية لا يبتعد أو يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمة بشكل عام، حيث أنها تمثل نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد، أو المنظمات أو الماكينات التي تقدم من خلالها ران مستوى الإشباع للمستفيد مرتبط بمستوى أداء الأفراد و الماكينات ، وذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل ، و إن هذه الخدمات قد يرتبط تقديمها بمنتج وقد لا يرتبط ، ومن هذا نجد بأن الخدمة المصرفية تمثل¹:

_ نشاط أو عمل يقدم إلى المستفيد من قبل الأفراد أو الماكينات(الأجهزة)

_ مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة (الحقيقية) المدركة من قبل الأفراد و المؤسسات من خلال دلالتها و قيمتها المنفعية التي تشكل مصدر إشباع حاجاتهم المالية و الائتمانية الحالية و المستقبلية ، و التي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية الخدمة المصرفية و يتصف مضمون الخدمة المصرفية بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة .

_ كما تعرف المصارف: أوجه نشاطات غير ملموسة تهدف إلى إشباع الرغبات و الاحتياجات عندما يتم تسويقها إلى المستهلك النهائي أو المستعمل الصناعي مقابل سداد مبلغ من المال بحيث لا تقترب هذه الخدمات ببيع مادي ملموس².

_ الخدمات المصرفية هي نشاط أو منفعة يقدمها البنك لطرف آخر لا يترتب عن تقديمها أي نوع من أنواع الملكية.³

¹ - نادية عبد الرحيم: تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية

المجلد 06 2010 2011 03

² - أثر تحرير التجارة الدولية في الخدمات على كفاءة النشاط المصرفي في الدول النامية ،مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 2 2010-2011 06.

³ - محلول زكية: أثر تحرير الخدمات المصرفية على البنوك العمومية الجزائرية ، مذكرة ماجستير تجارة دولية،جامعة ورقلة،2008-2009 46

_ كما عرفتھا الجمعية الأمريكية للتسويق على أنها: مجموعة من الأنشطة أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تقدم مرتبطة مع السلع.¹

المطلب الثاني: النشأة و التطور:

شهدت الخدمات المصرفية عدة مراحل مرت بها و نذكرها □□:

أولاً: الخدمة المصرفية في مرحلة ما قبل التصنيع:

لقد اعتمدت المجتمعات في هذه المرحلة على الزراعة و الصيد في توفير احتياجاتها، ولقد تميزت هذه المرحلة بالخصائص التالية:²

1_ الاكتفاء الذاتي: حيث أن كل أسرة تنتج ما تحتاجه من سلع و خدمات لذلك تتصف هذه المرحلة بعدم وجود نشاط مالي أو مصرفي.

2_ تبادل الفائض من الإنتاج : بعد توجه الأسر إلى التخصص في الإنتاج ، حددت ظهور فائض في الإنتاج مما دفعهم إلى إجراء عملية المتبادلة بالسلع وذلك من خلال مقايضة سلعة بسلعة أخرى ، و إن الخدمات التي كانت تقدم في تلك الفترة بسيطة □□ □□ ، طوعية، أما بالنسبة إلى الخدمات المصرفية فإن □□عالمها لم تظهر بعد ولكن أهم ما اتصفت به هذه المرحلة هو ظهور عملية التبادل.

3_ ظهور النقود: نظرا لصعوبة إجراء عملية التبادل و المقايضة، وذلك لعدم تكافؤ السلع و الخدمات من حيث الجودة و القيمة فان ذلك دفع إلى إيجاد سلعة بسيطة تمكن الأفراد من التوصل إلى عملية تبادل مرضية مما أدى إلى ظهور النقود و الذي حقق تحول كبير في الأنشطة المالية.

4_ الإيداع: بعد ظهور المسكوكات الذهبية و الفضية و النقود، وبعد أن أصبح هناك (أفراد يمتلكون ثروات و أصبحوا يخشون عليها من السرقة و الضياع، قاموا بإيداعها في المعالجة، وبذلك تعتبر هذه المرحلة البداية لفكرة المصرف و الخدمات المصرفية بشكل بسيط ألا وهي الإيداع.

5_ الإيداع و القروض: لقد لجأ أصحاب الثروات إلى إيداع ثرواتهم لدى الصباغ و إن هؤلاء اخذوا يقومون بإعطاء القروض لقاء فائدة معينة ويكون القرض لفترة قصيرة.

إن هذه المرحلة تميزت بظهور خدمة القروض إضافة إلى خدمة الإيداع وكذلك وصل الصياغة □□ فائدة مقابل منح القروض.

¹ - يسرى عرامة: دور التسويق المصرفي في تطوير الخدمة المصرفية ، مذكرة ماستر تخصص مالية و بنوك، المركز الجامعي ميله □□2013-2012 □□ 111.

² - نادية عبد الرحيم: مرجع سبق ذكره، ص 07.

6_ بداية المصارف: تطور عمل الصياغ من الإيداع و القروض و التحصل على الفائدة إلى التنسيق و التعاون فيما بينهم وقاموا بإنشاء المصارف ، إصدار أوراق البنوك لإجراء عملية المقايضة.

إن الأنشطة المصرفية في هذه الفترة اقتصر على الإيداع، القروض، الفائدة لإصدار البنكنوت.

المطلب الثالث: خصائص الخدمة المصرفية و تصنيفاتها

الفرع الأول: خصائص الخدمة المصرفية

تتصف الخدمات عموماً بمجموعة من الخصائص إلا أن الخدمات المصرفية تتصف بشيء من النمطية و التمييز نظراً لاختلاف طبيعة المستفيدين واختلاف رغباتهم و حاجاتهم ، فما يمثل ضرورة لعمل ما يمكن أن يكون من الكلمات لآخروضمن هذا السياق ، يمكن ان نذكر خصائص الخدمات المصرفية فيما يلي

1_ الخدمة عدم ملموس

□□□□ ذلك بأن الخدمة المصرفية ليس لها تجسد مادي، وبالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس...الخ، وبناء على ذلك فإنه لا يمكن نقلها أو تخزينها أو تعبئتها أو فحصها قبل الشراء، فمن الناحية العملية إن إشباع استهلاك الخدمة يحدث في نفس الآونة لذلك يصعب علينا معاينتها¹.

2_ التأكد من تقديم ما يطلبه العميل

لأن الخدمة بطبيعتها ليست شيء ملموساً يمكن الحكم على مواصفاته بمعايير مطلقة وثابتة بين كل العملاء فإن الحكم النهائي على ما يقدمه موظف البنك سوف يرتبط بما يطلبه ويتوقعه العميل من هذه الخدمة والحقيقة أن موظف الشباك في البنك لا يبيع خدمة الحساب الجاري لعميل الحساب الجاري ولكنه يدير لحظات مهمة في تجربة العميل أثناء معايشته للخدمات التي يقدمها البنك².

3_تعدد وتنوع الخدمات المصرفية:

ينبغي على المصرف تقديم مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات المصرفية التي تلبي تنوع احتياجات الزبائن من الاحتياجات³.

¹-يسرى عرامة: مرجع سبق ذكره، ص 13.

² - وسيم الحداد، شفيق النوري وآخرون ، الخدمات المصرفية الالكترونية □ 1□، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-□□□□ □2012 □45.

³ - kotler philip, marketing management , 12edition, France person education,2006, p462.

4_ عدم إمكانية فصل الخدمة (التلازمة):

و التي تسمى أيضا بخاصية التكاملية، إذ لا يمكن فصل الخدمة عن مقدمها سواء كان المقدم شخص أو آلة.

ولأن الخدمة المصرفية تنتج وتوزع في آن واحد، فإن اهتمام المصرف ينصب عادة في بوتقة خلق وتكوين المنفعة المكانية و الزمانية، يمضي توفير الخدمات المصرفية في المكان والزمان المناسبين، هذه الحالة تتطلب على ضرورة أن ينتج المصرف سياسة البيع المباشر باعتبارها القناة التوزيعية الأكثر ملائمة لتسويق الخدمات المصرفية، ونجد أن المصارف تبذل مجهودات جديدة للتغلب على خاصية التلازمة أو التكاملية.¹

5_ لا يمكن صنع الخدمة مقدما وتخزينها:

من المستحيل إنتاج الخدمة مقدما وتخزينها حين طلب العميل، فالموظف يصنع الخدمة بمجرد أن يظهر العميل أمامه، وفي لحظات قليلة يبدأ في تجهيز المواد الخام وبقية عناصر إنتاج الخدمة، وفي نفس اللحظات يتم إعداد الخدمة بما يتناسب مع طلب العميل وبالتالي فإن موظف البنك الذي يقرر بتعيين الموظف في هذا المنصب قد وضعه في خط مواجهة على نقطة الحدود للتعامل مع العملاء، وعلى موظف البنك أن يتذكر دائما أنه يعيد وينتج خدمة في لحظات وأمام العميل بمجرد وصوله، وأنه لا يستطيع إنتاجها وتخزينها قبل تلك اللحظة، ويفرض ذلك عليه أن يهتم بتقديم الخدمة بنفس مستوى الجودة قدر الإمكان في كل مرة بالإضافة إلى ما يتطلبه ذلك من مهارة في التعامل مع العملاء.²

6_ تباين الخدمة:

إن نوعية الخدمة تعتمد على مهارة وأسلوب وكفاءة مقدمها، وزمان ومكان تقديمها، كما أن مقدم الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة اعتمادا على ظروف تقديمها فموظف المصرف لا يختلف أسلوب تعامله مع المستفيدين وفقا لظروفه النفسية والاجتماعية...الخ، إن وجود عشرة أفراد في المصرف باختلاف أمزجتهم ومواقفهم وحاجاتهم ورغباتهم الشخصية تؤثر على تقديم الخدمة ومستوى الإشباع المتحقق منها.³

7_ سرعة التلف (الهالك):

يعني عدم إمكانية تخزينها أو بيعها أو استخدامها لاحقا.⁴

¹ - التسويق المصرفية مدخل نظري تطبيقي، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان- 10 2001 44.

² - التسويق المصرفي، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان- 10 2011 130.

³ - محمود جاسم الصميدعي، وريثة، عثمان يوسف التسويق المصرفي، مدخل استراتيجي كمي تحليلي، 10، دار المناهج للنشر والتوزيع، 28 2005.

⁴ - التسويق الخدمات المالية، 10، إثراء للنشر والتوزيع، عمان- 10 2008 79.

8_ الانتشار الجغرافي:

من حيث مميزات الخدمة المصرفية سرعة الانتشار من خلال فتح أكبر عدد من الفروع المصرفية بمعنى آخر أن يكون المصرف قادرا على الوصول إلى العملاء الحاليين والمحتملين في أماكن تواجدهم أو حيث يحتاجون إلى الخدمات المصرفية¹.

9_ التوازن بين النمو والمخاطر:

عندما يبيع المصرف قروض، فإنه في الحقيقة يشتري مخاطر، وعليه فإن الضرورة والمنطق يقتضيان إيجاد نوع من التوازن بين التوسع في النشاط المصرفي وبين الحيلة والحذر، بمعنى آخر أن أي عمل مصرفي موضوعي يتضمن بالضرورة إيجاد توازن بين تنوع النشاط ودرجة المخاطر التي يتحملها المصرف.²

الفرع الثاني: تصنيفات الخدمة المصرفية:

إن نوعية المخرجات التي يقدمها المصرف هي عبارة عن خدمات، حتى وإن كثر الكلام في أيامنا هذه من الصناعة المصرفية، ونجد أم تشكيلة الخدمات المصرفية تتضمن عدة أوجه لتقديمها³:

1- الخدمات المصرفية:

يُحصل عليها فقط عن طريق عمل خدمني يؤديه موظفو المصرف، ومن قبيل ذلك خدمات الاستشارة الهندسية المالية...الخ.

2- الخدمات المختلطة:

وهي الخدمات التي تجمع بين أداء عمل خدمني ومنتج للتجهيز في نفس الوقت، إذ ومع التطور الحاصل في مجال الإعلام الآلي في المصرف، فهذه الخدمات تطورت بشكل كبير على حساب الخدمات المصرفية، ونجد أن خدمات الاستشارة أصبحت تعتمد بشكل متزايد على وسائل أخرى كأنظمة الخبرة وأنظمة الإعلام الآلي للمساعدة على اتخاذ القرارات، وفي وقتنا الحالي، فإن معظم الخدمات المصرفية تحمل في طياتها قدرا كبيرا من التكنولوجيا.

¹-مغراج هوارى، تأثير الساحات التسويقية على تطور الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية، التسيير كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص 47.

²- Sylvie de Cousseroujues, « la banque structures marché gestion », édition :dalloz, 2^{ème} édition, paris, France, 1996, [p-p] :[64-65].

³-sylvie de cousseroujues, « la banque structures marché gestion », édition :dalloz, 2^{ème} édition, paris, France, 1996, [p-p] :[64-65].

3- الخدمات الرأس مالية:

هذا الرأس مال يكون في شكل قروض وودائع، وهذه الخدمات تتبع من وظيفة الوساطة المالية للمصرف، وتعتبر من المميزات التي تتسم بها النشاطات التجارية والمالية في المصرف بما أن منحها ينعكس على حالة الذمة الحالية للمؤسسة المصرفية¹.

كما طرحت بعض الدراسات المتصلة بتصنيف بعض الخدمات عدد من الأطروحات التصنيفية حيث تعتمد على عدة مؤشرات منها:

أولاً: تقسيم الخدمات حسب الزبون السوق/المستفيد:

وفي سياق هذا التصنيف قُسمت الخدمات إلى²:

1- الخدمات الاستهلاكية:

وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات شخصية مثل: السياحة، التأمين على الحياة، الصدقة، التجميل ولهذا سميت بالخدمات الشخصية.

2- خدمات الأعمال/المنشآت:

وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات المنظمات كما هو الحال في الاستشارات الإدارية، المحاسبية، القانونية، المالية، وصيانة المباني والآلات فهي موجهة للمستخدم الصناعي، المشتري الصناعي.

ثانياً: تقسيم الخدمات حسب الاعتمادية في تقديم الخدمة:

1- خدمات تعتمد في تقديمها على الإنسان بدرجة كبيرة مثل الأطباء الإداريين والمحامين، وهؤلاء يجب أن يكونوا مهنيين وبالمقابل هناك بعض الخدمات تعتمد على بعض مقدميها الغير مهرة مثل حراسة العمارات وفلاحة الحدائق، وأخيراً هناك خدمات تعتمد على مقدمي مهرة مثل تصليح السيارات والخدمات الفندقية.

2- خدمات تعتمد على المكان والمعدات بدرجة كبيرة وهذه الخدمات قد تكون مؤتمنة مثل: البيع الآلي أو الصراف الآلي أو تدار من قبل أشخاص مهرة مثل خدمات النقل الجوي والأشعة والتحليل الطبية.

ثالثاً: تقسيم الخدمات حسب ضرورة حضور المستفيد إلى أماكن تقديمها: حيث تواجدت:

1- خدمات تتطلب حضور المستفيد لأماكن تقديم الخدمة مثل: العمليات الجراحية أو السفر، فحضور المستفيد أملاً ضروري.

¹ - نادية عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 14.

² - قرامط لمياء، وسائل الدفع الحديثة في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماستر، تخصص مالية وبنوك، الجامعي لميلة، 2013-2014، ص 55.

2- خدمات لا تتطلب حضور المستفيد لأماكن تقديم الخدمة، مثل خدمات صناعة السيارات وتنظيف الملابس.

رابعاً: تقسيم الخدمات حسب العملية الموجهة: وتصنف إلى:

1- خدمات معالجة الناس: وهذه الخدمات موجهة للأفراد وتتطلب حضور المستفيد شخصياً لكي يحصل على الخدمة مثل المريض الذي يجب أن يذهب إلى الطبيب.

2- خدمات معالجة الممتلكات: وهذه الخدمات موجهة إلى ممتلكات المستفيد مثل صيانة السيارات، أو المسكن وهنا ليس بالضرورة حضور المستفيد إلى مكان إنتاج الخدمة.

3- خدمات المثير العقلي: وهذه خدمات أو نشاطات غير ملموسة موجهة إلى عقول المستفيدين وتتطلب مشاركة المستفيد ذهنياً أثناء عملية تقديم الخدمة مثل خدمات الترقية والتعليق والإذاعة والتلفزيون.

4- خدمات معالجة المعلومات: وهي خدمات غير محسوسة موجهة لممتلكات المستفيدين أو لمجهديهم غير الملموسة مثل معالجة البيانات والمعلومات والخدمات القانونية.

خامساً: تقديم الخدمات حسب درجة الاتصال بالمستفيد: وتصنف إلى¹:

1- خدمات ذات اتصال شخص عالي: خدمات الطبيب المحامي خدمات السكن، خدمات النقل الجوي، وخدمات الرعاية الصحية الشخصية المباشرة وغيرها.

2- خدمات ذات اتصال شخصي منخفض: مثل خدمات الصراف الآلي، خدمات التسويق عبر الإنترنت، والخدمات الإلكترونية بمختلف أنواعها وغيرها.

3- خدمات ذات اتصال شخصي متوسط أو معتدل: خدمات مطاعم الوجبات السريعة، وخدمات المسرح وغيرها.

سادساً: تقسيم الخدمات حسب أهداف مجهزي الخدمة:

حيث يختلف مجهزو الخدمات في أهدافهم الربحية أو اللاربحية أو من حيث الملكية الخاصة أو العامة فالبرنامج التسويقي لمستشفى خاص يختلف عن تلك التي يطلبها مستشفى خيري خاص، الربحية لا تعتبر من الأهداف الرئيسية².

كما يظهر ذلك من خلال أن أهداف المصارف الإسلامية تختلف عن أهداف المصارف القارية خاصة من حيث التعامل بأسعار الفائدة.

¹- حميد الطائي وآخرون، إدارة عمليات الخدمة، دار البازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 210.

²- محمود جاسم الصميدعي، دينه عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 35.

المبحث الثاني: الخدمات المصرفية التقليدية

ارتأينا أن عرض في هذا المبحث إلى الخدمة المصرفية التقليدية ومختلف أنواعها، وقصد الوقوف على أهم الأبعاد ثم تقسيم هذا المبحث إلى:

- المطلب الأول: مفهوم وأنواع الودائع المصرفية
 - المطلب الثاني: الخدمات المصرفية التجارية
 - المطلب الثالث: أنواع القروض المصرفية وآلية جذبها
- المطلب الأول: مفهوم الودائع المصرفية وأنواعها

الفرع الأول: مفهوم الودائع المصرفية:

عرفت الودائع المصرفية حسب مجموعة من الباحثين عدة تعاريف مختلفة وهذا راجع إلى اختلاف وجهات النظر

التعريف الأول:

تعرف الودائع على أنها مديونية على البنوك التجارية وتنشأ عن قيام الأفراد والمؤسسات بالإيداع ووضع أموالهم في البنوك، والصك أداة تنتقل لموجبها نقود الودائع من المودع إلى أشخاص آخرين، وهو أداة جيدة لتسوية المعاملات المختلفة بين الأفراد والمؤسسات أو الشركات وتعتبر نقود الودائع أرقى أنواع النقود عبر التطور التاريخي الذي شهدته البنوك¹.

التعريف الثاني:

وهي كذلك عبارة عن التزام مصرفي من قبل البنوك التجارية بدفع مبلغ من الوحدات النقد القانونية للمودع أولاً مرة الطلب أو تستخدم الشركات بطاقات الدفع الالكترونية في تداول هذا النوع من النقود وفي الوقت الراهن تعتبر الحسابات الجارية والودائع البنكية من الأشكال الهامة للنقود، والتي يتم قبولها كوسيط للتبادل وكأداة للدفع وسداد المديونيات حيث يمثل نسبة 90% من وسائل الدفع الجارية في الدول المتقدمة².

¹ - المصارف والمصارف في عمان - 2009، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان - 2009، 310.

² - اقتصاديات النقود والبنوك، المصارف والمصارف في عمان - 2008، 25.

وتعد مصدرا لتمويل الاستثمارات التي تحقق فوائد وأرباح البنك، كما أنها غير مكلفة بالنسبة للبنك حيث أن تكلفتها تمثل في نفقات تسييرها فقط، فالبنوك لا تدفع عليها فوائد، وبالتالي لا تدر على صاحبها أي دخل، هذا ما جعلها تتفهم ويتراجع حجمها لدى البنك نتيجة لإتجاه الأفراد والمؤسسات إلى اعتماد طرق أكثر فعالية في إدارة سيولتها كون أسعار الفائدة المقترحة على الأنواع الأخرى من الودائع المرتفعة¹.

كما أن الودائع الجارية تعرف على أنها: اتفاق بين البنك والعميل يودع بموجبه العميل مبلغا من النقود لدى البنك، على أن يكون له الحق في سحبه في أي وقت يشاء دون إخطار سابق منه، وتتميز الودائع الجارية من ودائع التوفير والودائع لأجل بركتها المستمرة بالزيادة والنقصان، وبأن التسهيلات في عديد من الدول تحرم دفع فوائد عليها².

وهي تمثل أهمية خالصة للمودعين والبنوك والاقتصاد القومي ككل، فبالنسبة للمودعين تعتبر هذه الودائع في حكم النقدية، إذ يمكن استخدامها لسداد الالتزامات المختلفة وذلك بمقتضى الشبكات التي يحددها المودع، كما يؤدي الوديعة الجارية وظيفة إضافية لصاحبها وهي حماية أمواله من السرقة والتلف، حيث لن تكون هناك حاجة إلى الاحتفاظ بقدر كبير من النقدية في حافظة نقوده أو منزله³.

ثانيا: ودائع التوفير

بالإضافة إلى الأنواع التقليدية عملت البنوك على استحداث أنواع جديدة من ودائع التوفير التي تتماشى مع حاجات ورغبات المتعاملين كدفتر التوفير الخاص بالشباب، التوفير لأجل الاستثمار في البورصة، التوفير... الخ.

هذه الأنواع من الودائع المستحدثة لا تختلف في جوهرها عن ودائع التوفير التقليدية من حيث:

- تحصل صاحبها على فائدة

- تحدد المبلغ الذي يمكن للمودع سحبه في الشهر من أجل حماية البنك من أزمات السيولة، وبالتالي حتى تستطيع البنوك الزيادة في هذا النوع من الودائع لأجل عليها من الاهتمام بصغار المدخرين، وذلك بتقديم خدمات خاصة لهم لتسهيل إجراءات عمليات فتح الحساب، الإيداع والسحب بالإضافة إلى منحهم مثلا هدايا مجانية لكل من يفتح حساب وغيرها من الخدمات⁴.

¹ - ميهوب سماح ، المصارف والمصارف ، ص 10.

² - منير ابراهيم هندي ، مرجع سبق ذكره ص 146 .

³ - المصارف والمصارف ، ص 148-149.

⁴ - ميهوب سماح ، مرجع سبق ذكره، ص 11-10.

كما تمثل ودائع التوفير اتفاق بين البنك والعميل، يودع بموجبه العميل مبلغا من النقود لدى البنك مقابل الحصول على فائدة، على أن يكون للعميل الحق في السحب من الوديعة في أي وقت يشاء دون إخطار سابق.

يحمل صاحب وديعة التوفير دفتر تسجيل في المبالغ المودعة والمبالغ المسحوبة، والفائدة المربوطة أو الرصيد، ويمكن للمودع أن يتقدم بهذا الدفتر لأي فرع من فروع البنك إذا ما رغب في إيداع أو سحب مبالغ جديدة¹.

ثالثا: ودائع لأجل

تمثل ودائع لأجل اتفاق البنك والعميل، يودع هذا الأخير بموجبه مبلغا من النقود لدى البنك، لا يجوز له سحب أو سحب جزء منه قبل تاريخ متفق عليه، وفي مقابل ذلك يحصل المودع على فائدة بصفة دورية أو يحصل عليها في نهاية مدة الإيداع².

وعادة ما يشترط في ودائع لأجل ألا يقل المبلغ المودع عن قدر معين وعلى الرغم من أن الوديعة لأجل لا ينبغي سحبها قبل الموعد المتفق عليه إلا أن البنوك عادة ما تتنازل عن حقها في هذا الشأن حيث لا تمنع في رد الوديعة مقابل حرمان المودع من الفوائد نظرا لعدم بقاء الوديعة حتى تاريخ الاستحقاق³ أي أنها تتميز ب:

- السحب منها لا يتم قبل تاريخ الاستحقاق.

- حصول صاحبها على فائدة⁴.

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية التجارية

تقدم المصارف مجموعة الخدمات المصرفية، تستهدف منها تحقيق مصلحة عملائها من ناحية، ومن ناحية أخرى فإنها تتصف بالطابع التجاري، حيث يستهدف منها أيضا تحقيق عائد مثلا في العمولة أو الربح الذي تحصل عليه هذه المصارف عند تقديمها لهذه المجموعة من الخدمات⁵.

¹ - د. منير إبراهيم هندي، مرجع سبق ذكره، ص 149.

² - د. منير إبراهيم هندي، مرجع سبق ذكره، ص 150.

³ - منير إبراهيم هندي، مرجع سبق ذكره، ص 160.

⁴ - ميهوب محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص 110.

⁵ - أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص 62.

1- خدمات الأمانات وتأجير الخزائن:

تتيح هذه الخدمة إيداع الأشياء شخصية (أشياء قيمة، مستندات...) والاستفادة من الحماية التي توفرها الغرفة المحصنة في المصرف¹ . الأمانات هي أشياء معينة يود أصحابها أن يحفظوا بها ويتجنبوا مخاطر السرقة والضياع والحريق ونحو ذلك، فيودعونها لدى المصرف على أن يستردوها بعد ذلك بنفس مظهرها المادي، ويقوم المصرف بإعداد خزائن خاصة لهذا الغرض لعملائه، ويتقاضى لقاء ذلك أجرا².

ومما يودع في هذه الخزائن شهادات الاستثمار، عقود ملكية الأراضي، عقارات، بواليص التأمين، الأوراق المالية...الخ.

2- استبدال النقد الأجنبي:

تقوم المصارف باستبدال النقد الأجنبي وذلك عن طريق عملية بيع العملة المحلية وشراء العملة الأجنبية والعكس، ويحقق المصرف من وراء ذلك أرباح تنتج عن الفرق بين سعر الشراء وسعر البيع لكل نوع من أنواع العملات، أما العميل فيتحصل على العملات الأجنبية اللازمة لتحقيق أغراضه المطلوبة.

3- عملية الاكتتاب:

تقوم المصارف نيابة عن المؤسسات والهيئات المصدرة للأسهم والسندات بإجراء وتنفيذ عملية الاكتتاب فيها، وذلك عن طريق بيع هذه الأسهم والسندات للمولين الذين يرغبون في استثمار أموالهم فيها.

4- الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية:

تتمثل في الاستثمار في الأوراق المالية، إدارة محافظ الأوراق المالية لصالح الزبائن، خدمات أمناء الاستثمار لصالح الزبائن، تقديم الاستشارات المالية، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع لصالح العملاء³.

تنفيذ أوامر البورصة للعملاء ودفع الكوبونات⁴.

5- خدمات أخرى:

تقوم المصارف بتقديم خدمات أخرى مثل:

- إدارة ممتلكات وشركات المتعاملين مع المصرف¹.

¹ - jean marc béguin, et arnand bernard «Lessentiel des technique », édition d'organisation eprol, paris-France, 2eme tirage, 2010, p167.

² - زكي خليل الساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته 10 المناهج للنشر والتوزيع، عمان- 2003 110.

³ - برليش عبد القادر، التحديد المصرفي ومتطلبات الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية 299 2006 جامعة الجزائر، 2006.

⁴ - cloudej simon, «les bauques edition », la de couverte, paris- France, 1994, p67.

- تحويل نفقات السفر والسياحة وإصدار صكوك المسافرين.

- نفع الحوالات البرقية والبريدية الواردة².

- تسديد قوائم الكهرباء والماء والهاتف وغيرها³.

المطلب الثالث: أنواع القروض المصرفية وآليات جذبها

الفرع الأول: القروض المصرفية:

لقد عرف القرض منذ القديم أنه ظهر في البداية على شكل قرض سلعي أو عيني في روما القديمة ثم تطورت وتعددت أشكاله التي نعرفها حاليا المجتمعات الغربية، والتي أصبحت لها أهمية كبرى في الحياة اليومية للمواطن.

أولاً: تعريف القروض

تعددت تعريف الائتمان لكنها لا تخرج من التعبير عن عملية تتم بموجبها تمكين متعامل اقتصادي من التعرف أو استغلال مال نقدي حاضر أو مستقبلي في تمويل أي نشاط اقتصادي وعليه يمكن ذكر بعض التعاريف أبرزها:

- القرض هو مبادل مال حاضر بوعده الوفاء (التسديد أو الدفع) مقابل أن يتنازل أحد الطرفين مؤقتاً للطرف الآخر عن المال على أمل استعادته فيما بعد والذي يدعو إلى هذا إنما هو الثقة⁴.

- القروض العامة هي مبالغ نقدية تقرضها الدولة أو الهيئات العاملة من الأفراد أو الهيئات الخاصة أو الهيئات العامة الوطنية أو الأجنبية أو المؤسسات الدولية مع الالتزام برد المبالغ المقترضة وفوائدها طبقاً لشروط القرض⁵.

- القرض هو قيام البنك بتزويد الأفراد والمؤسسات والحكومة بالأموال اللازمة عن أن يتعهد المدين بسداد تلك القروض وفوائدها والعمولات والمصاريف عليها دفعة واحدة أو على أقساط في تاريخ محدد مقابل تقديم الضمانات التي تقوم على استرجاع القرض في الحصول على الإيرادات⁶.

¹ - محمود جاسم الصميدي /وردنية عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص89.

² - فلاح حسن الحسيني ومؤيد عبد الرحمان يوسف، إدارة البنوك مدخل كمي استراتيجي معاصر 110 ص 34-35.

³ - زكي خليل الساعد، مرجع سبق ذكره، ص303.

⁴ - الوجيز في البنوك التجارية (عمليات، تقنيات، تطبيقات) 2000 ص 37.

⁵ - درومي مسعود: أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة، السياسة المالية ودورها في تحقيق التوازن 1990 ص 125.

⁶ - حسن سمير عشيح، التحليل الائتماني ودوره في ترشيد عمليات الإقراض والتوسع النقدي في البنوك 2010 ص 57.

ثانياً: أهمية القروض

تختلف أهمية القروض مقارنة بغيرها من الأصول الأخرى، ومن ميزانية البنوك وباختلاف الظروف في بلد آخر، كما تختلف حتى في البلد الواحد.

تكمن الأهمية الاقتصادية للقرض في تحويل رأس المال من شخص لآخر، وهو بذلك يعتبر واسطة للتبادل لاستغلال الأموال في الإنتاج والتوزيع أي وسيلة لزيادة رأس المال أو تكوينه.

وخاصة إذا تحولت هذه المبالغ لقرضها الأصلي الذي أنشأت لأجله أي احترام المعايير العالمية في هذا المجال.

حيث تمنح القروض ضمن ضوابط محددة، مما يجعله يؤدي وظيفته الاقتصادية المتمثلة في إنشاء الخيارات والازدهار الاقتصادي للبلاد¹.

كما أن القروض أو ما يعرف بالائتمان الذي تمنحه البنوك والذي يتمثل في:

- الاقتصاد في استعمال النقود بمعنى أن منح الأجل يغني مؤقتاً عن استعمال النقود القانونية سواء معدنية أو ورقية، وبذلك يسهل منح الأجل في التعامل بغير إظهار الأطراف للتعامل بالنقود مؤقتاً.

- إن وجود الائتمان آفاقاً ربحية أمام الطاقات الخلاقة وأصحاب المواهب في المجتمع، فكثيراً من هؤلاء يمكن أن يكونوا في انتظار الفرصة التي تتيح لهم الأصول اللازمة لتنفيذ مشروعات أو تطبيق اختراعات تعود على المجتمع بأكبر الفوائد إذ يكفل الائتمان للمنظمين أن يقتضوا المال اللازم ويحولوه إلى مشاريع.

- عن طريق نظام الائتمان يستطيع أن يمنح عملائه قروض بمبالغ كبيرة على الرغم من الاحتفاظ باحتياطي نقدي قليل نسبياً، فالبنوك تقرر أضعاف ما يودع عندها بواسطة الأفراد والشركات، وهكذا يوصف البنك بأنه صانع الائتمان.

ثالثاً: أنواع القروض

إن القروض الحديثة التي تمنحها البنوك التجارية لها نفس طبيعة القروض التقليدية فهي أموال تمنحها البنوك لمتعاملينها من أجل تمويل أي نشاط اقتصادي، ولكن الاختلاف الجوهرى هو في طريقة تقديمها للقروض، وهذه الأخيرة هي التي تعطي للقروض سمة الحداثة، حيث أنها أصبحت تتعامل بالإضافة إلى الطرق التقليدية بوسائل الاتصال المتطورة كالانترنت، الهاتف النقال، التلفزة الرقمية... الخ، إذ أن تسوية كل المعاملات والإجراءات الخاصة بالقرض تتم عن بعد وتتحول بعد ذلك قيمة القرض مباشرة إلى الجهة المستفيدة أو يتم تعبئتها في البطاقات الإلكترونية ويمكن تقسيم القروض حسب عدة معايير تتمثل فيما يلي:

¹ - المصارف والمصارف في مصر 1999 215.

{ 30 }

{ 31 }

3/ من حيث الضمان:

يعتبر الضمان تأمين للبنك ضد الأخطار التي قد تنتج عن عمليات الإقراض حيث أنه يمكنه استرجاع قرضه أو على الأقل جزء منه ويمكن تقسيمها إلى:

1- القروض غير مكفولة بضمان: يتم تقديم هذا النوع في حالات معينة أو خاصة كإعطاء قرض لعميل يتعامل بصفة دائمة مع البنك وذو ملائمة، ويكون البنك على اطلاع بمركزه المالي وقدرته على التسديد، وبالتالي مدته أقل من سنته، وعادة يتم تسديده على دفعات شهرية.

2- القروض المكفولة بضمان: ويمكن تقسيمها إلى:

أ- القروض المكفولة بضمان شخصي: حيث نجد هذا النوع من قروض الضمان يتمثل في تعهد من شخص غير المقترض تكون سمعته جيدة وذو ملائمة مالية، بأن يسدد المستحقات المالية للمقترض في حالة عجزه على السداد.

ب- القروض المكفولة بضمانات معينة: تتمثل في الأصول المالية التي يقدمها المقترض للمقرض مقابل الحصول على القرض، وتكون هذه الأصول تحت تعرف البنك حتى إرجاع القرض في الموعد المتفق وتأخذ عدة أشكال وهي عقاري: وهنا الضمان يتمثل في عقار مرهون لصالح البنك، - رهن المنقولات: وقد تكون بضاعة، أوراق مالية، آلات... الخ، وهنا يمكن للبنك التصرف فيها في حالة عدم قدرة المقترض بالوفاء بدينه، كمن أن للضمانات أهمية بالغة فهي تحمي البنك من خطر ضياع حقوقه لذا فيجب على البنك أن يكون حذرا في قبول الضمانات إذ لا بد عليه من اعتماد الدقة في مراجعة وتفحص وثائق إثبات الحياة للأشياء المقدمة كضمان.

الفرع الثاني: آليات جذب القروض

سنحاول من خلال هذا الفرع التطرق إلى أهم السياسات المستخدمة في الإقراض، لكن بعد التطرق إلى وجهات نظر المفكرين.

أولا: تطور وجهات نظر المفكرين

تقتصر السياسات التقليدية للإقراض على تقديم قروض قصيرة الأجل والموجهة إلى الإنتاج الحقيقي (إنتاج السلع) وهو ما يعد تطبيقا لنظرية القروض التجارية، الذي يجعلها تتسم بخاصيتين أساسيتين:

- القروض تسدد نفسها أي القروض آليا:

بمعنى أن قيمة بيع الإنتاج سوف تغطي قيمة القرض هذا يعني توجيه القروض إلى التجارة، الزراعة والصناعة، أما القروض الاستهلاكية فتتجنب البنوك منحها إذ أنها قروض غير منتجة بالإضافة إلى

الاستثمار في الأصول التي يمكن تحويلها إلى سيولة بسرعة وبدون خسارة ويدعم مؤيدي هذه النظرية أفكارهم من خلال اعتبار الموارد المالية للبنك في أغلبها ودائع تحت الطلب أو خلال فترة قصيرة، لذا لا بد أن تكون متجانسة مع استثمارات البنك بالإضافة إلى أن القروض المعطاة تمويل أساساً من ودائع هي ملك للغير ولهذا يتم توجيهها إلى تمويل سلع حقيقية تضمن إسترداد القروض.

-تم الرد على هذه النظرية بأن تقديم القروض تسدد نفسها أمر كان مقبول في الماضي حيث لم تكن هناك رقابة حكومية تعمل على سلامة إجراءات وقرارات الإقراض وتتدخل بالمساعدة في الوقت المناسب، بالإضافة إلى أن توجيه القروض إلى إنتاج السلع الملموسة لا يمكن اعتباره حماية مؤكدة لأنه قد تفشل المنشأة المفترضة في تصريف السلع وهذا يؤدي إلى صعوبة استرداد البنك لمستحقاته ، أما بالنسبة إلى القروض الاستهلاكية التي اعتبرتها غير منتجة فتم الرد عليها بأن المستهلكين هم الذين يشترون السلع الحقيقية وبالتالي رفض تقديم قروض لهم معناه تراكم السلع وبهذا يصعب على المنتجين الوفاء بالتزاماتهم تجاه البنك، كما يضيف هؤلاء المفكرين إلى أنه يوجد هناك مستهلكين لهم قدرة كبيرة على تسديد ما عليهم من مستحقات.

أما إذا نظرنا إلى الآجال فمن المعروف أن التنمية الاقتصادية تتطلب قروض متوسطة وطويلة الأجل الأمر الذي يفرض على البنوك التجارية التوجه إلى تقديمها بالإضافة إلى القروض قصيرة الأجل وإلا سوف يتجه المقرضين إلى الأسواق المالية كبديل لهم لتغطية احتياجاتهم وبالتالي يحدث تسرب للودائع من البنوك.

ردد المفكرين على فكرة استخدام الودائع باعتبارها مصدر تمويل قصير الأجل في تمويل مشاريع طويلة الأجل بأنه وفقاً لقانون المتوسطات **Low of averages** فإنه إذا تم سحب مبلغ معين من الودائع فاحتمال كبير أن يتم إيداع مبلغ أن يساوي أو يقترب منه وبالتالي ينتج استقرار الموارد المالية للبنك مما يجعله قادر على استخدامها في الآجال المتوسطة¹.

كنتيجة لهذه الانتقادات ظهر فكر جديد يبين لنا أنه ليست العبرة في توجيه القروض لتمويل سلعة تباع قبل تاريخ استحقاقه لأنه لا يوجد ما يضمن لنا أن السلعة التي عليها الطلب اليوم سيكون عليها الطلب في الغد، لذلك لا بد من النظر إلى الدخل المتوقع من النشاط الذي استخدم فيه القرض إلى النشاط في حد ذاته وهذا ما عرفه الاقتصاديين بنظرية الدخل المتوقع **Anticipated income** والتي ترى أنه إذا كان احتمال الحصول على دخل من نشاط معين كبير وكفي لخدمة الدين ينبغي الموافقة على القرض بغض النظر عن فترة القرض ما إذا كانت قصيرة أو متوسطة أو طويلة أضف إلى ذلك أنه في حالة الازدهار الاقتصادي وزيادة الطلب على القروض طويلة الأجل والبنك مصر على منح قروض قصيرة الأجل فإن هذا يؤدي إلى وجود أموال عاطلة لدى البنك.

¹-د.منير إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص ص18-19.

ما يلاحظ على أغلبية البنوك أنها تميل لاستخدام نظرية الدخل المتوقع، فحتى البنوك المتحفظة والتي تعمل بنظرية القروض التجارية نجدها تعتمد نفس الفكرة ولكن بطريقة أخرى وهي تجديد القروض قصيرة الأجل استجابة لطلب العميل لعدد من السنوات مما يجعله يقترب من القروض طويلة الأجل.¹

من خلال كل ما سبق يمكن الإشارة إلى أن الأسس المتعمدة في تحديد نوعية الاستخدام لا تخرج عن نطاق ثلاث أهداف هي: الربحية، السيولة والأمان، فنظرية القروض التجارية تحقق هدف السيولة (تقديم قروض قصيرة الأجل) والأمان (عدم إقراض المستهلكين) أما نظرية الدخل المتوقع فتحقق عامل الربحية، لكن لو نظرنا إلى الاتجاه الحديث فهو أكثر استخداماً في الوقت الحالي من طرف أغلب البنوك لوجدنا أنه لا يهتم بطبيعة القرض في حد ذاته بقدر ما يهتم بالمزايا التي يحققها القرض للبنك، وعلى هذا الأساس فإنه يستطيع البنك استخدام أمواله في أي مجال ولأي فترة شريطة أن يعمل على ضمان سلامتها ويحقق عائد مجزي من ورائها يتلاءم مع المخاطر التي ينطوي عليها قرار الاستثمار ويساعده على جذب العملاء إلى البنك وأن لا ينتج عنه انخفاض في السيولة مما يؤدي إلى انخفاض قدرة البنك على الوفاء بالتزامه تجاه العملاء، وبالتالي نستطيع القول بأن عملية استخدام الأموال من طرف البنك تتم وفق أسس واعتبارات يتحتم على البنك الأخذ بها ومراعاتها عند توظيف أمواله بغض النظر عن طبيعة استخدامها المتمثلة في السيولة الربحية والأمان وهذا لأجل المحافظة على المكانة المصرفية في ظل التغيرات الحاصلة في المحيط المالي الداخلي والخارجي، إذ نجد البنوك أصبحت تعمل على تطوير خدماتها التقليدية كما تعمل على ابتكار مجالات استثمارية جديدة ومربحة بالإضافة إلى استعمال الأساليب والطرق العقلانية في استخدام أمواله.

ثانياً: السياسات المتبعة في الإقراض

يركز التطبيق العملي لمنح الائتمان من قبل البنوك على:

1- السيولة:

ومفادها أن البنك يكون قادر باستمرار على مقابلة التزاماته اتجاه العملاء أصحاب الودائع، عن طريق تحقيق السيولة الكافية مما يستتج بالضرورة قيام البنك باستخدام قدر من الوارد في أصول تتمتع بقدر كاف من السيولة، مما يتيح له إمكانية استيراد قيمتها بسرعة دون تحقيق خسارة تذكر عند الحاجة إلى النقود ومن ثم يعمل البنك على توفير الأمان الكافي حيث استخدام أمواله.²

أي أنه يتحتم على البنك أن يكون حجم القروض الكلية لا يزيد عن نسبة معينة من الموارد المالية المتاحة، كذلك هذه النسبة تتغير بتغير الوضع الاقتصادي، ففي فترات الرواج على البنك أن يعمل كل ما

¹ - المراكز الوطنية للمصرفية 20.

² - بن رجم سميرة، فعالية نظم المعلومات على عمليات الائتمان المصرفي، مذكرة نيل شهادة ماستر تخصص مالية وبنوك، المركز الوطني للمصرفية، 2012-2013، 44.

2- الربحية

أما القروض قصيرة الأجل فهي لا تتمتع بنفس القدر السابق من السيولة ولكنها تحقق عائدا لا بأس به ² البنك.

— [35] —

المعلومات الكافية الخاصة بالعمل خاصة إذا كانت مؤسسة كبيرة فيتم الحصول عليها من خلال الأسواق المالية، وهذا في البنك من تجميع هذه المعلومات والتعرف على مدى قدرة العمل على الوفاء بقيمة القرض وكذا تحديد نوعية وطبيعة المخاطر المحيطة به وكيفية التحكم فيها بعد الحصول على الطلب يتم تحليله من طرف خبراء في مجال الإقراض.

المبحث الثالث: الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية

لقد تغيرت نظرة المصارف إلى العمل المصرفي من مجرد تأديتها لخدمات تقليدية تتمثل في تلقي الودائع من مختلف المتعاملين الاقتصاديين وتقديمها في شكل قرض لطالبيها والمحتاجين إليها إلى تقديم خدمات حديثة وبتوجهات تتلاءم مع أهدافها المتنوعة بتنوع مهامها ووظائفها التي تكتسي في كل مرة طابعاً من التجديد والاستحداث الناشئ عن اقتحامها مجالات جديدة وكل ذلك من أجل مواكبة التطور بأوجهه التكنولوجي و المعلوماتي الذي شهدته كل مناحي الحياة قصد تقديم الخدمة بأرقى و أفضل الطرق وبسرعة وفعالية مناسبة وبالتالي الحفاظ على مكانة البنك في السوق النقدي من خلال تقديم خدمات مصرفية تضاهي مثيلاتها في البنوك المنافسة وتواكب المستجدات في المصارف العالمية، وعليه سنحاول توضيح الاتجاهات الحديثة للخدمة المصرفية في البنوك من خلا تقسيم هذا المبحث إلى:

- المطلب الأول: إدارة وتسويق الخدمة المصرفية.
- المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية.
- المطلب الثالث: المزايا التي تحققها المصارف من تقديم الخدمات الحديثة.
- المطلب الرابع: المصارف الأساسية كأحد التوجهات الحديثة للمصارف.

المطلب الأول: إدارة وتسويق الخدمات المصرفية:

إن التسويق يعتبر من أقدم من حل النشاط الإنساني على الإطلاق، وهو يعتبر من أهم مجالات الدراسة في إدارة البنوك، وأصبحت وظيفة التسويق المصرفي تشكل جانباً هاماً من جوانب الإدارة ووسيلة من الوسائل الفعالة لنجاح وتقدم أي بنك، وفي هذا المطلب سنحاول النظر إلى إدارة وتسويق الخدمة المصرفية

الفرع الأول: مفهوم التسويق المصرفي

لقد تعددت تعاريف الباحثين والمفكرين للتسويق المصرفي، وهذا نظراً لاختلاف وجهات النظر وهنا يمكننا الوقوف عند بعض التعاريف التالية:

التعريف الأول:

هو ذلك النشاط الذي يشمل كافة الجهود التي تؤدي في البنك والمؤسسة المصرفية، والتي تكفل تدفق الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك إلى العميل سواء إقراضاً أو اقتراضاً، أو إيداعاً وخدمات مصرفية متنوعة¹.

¹ - زياد رمضان، مبادئ التأمين، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان- 1999، ص 3-4.

التعريف الثاني:

حالة فكرية تهدف إلى توجيه مختلف الوسائل والإمكانيات المتاحة للمصرف وتلبية حاجيات الزبون وإرضائه¹.

التعريف الثالث:

ذلك النشاط الديناميكي الحركي الذي يمارسه كافة العاملين في المصرف، أيا كن موقعهم أو أيا كان العمل الذي يقومون به، حيث يشمل كافة الجهود التي تكفل تدفق الخدمات والمنتجات المصرفية التي يقدمها المصرف إلى العميل، كما يحصل على إشباع رغبات واحتياجات هذا الأخير².

ويعرف التسويق على أنه: "ذلك النشاط الإداري الخاص بانسياب الخدمات المصرفية إلى العملاء الحاليين والمستهدفين كما يعني التعرف على أكثر الأسواق تحقيقا لأهداف البنك في الحاضر والمستقبل، وكذلك يقيم احتياجات العملاء في الحاضر والمستقبل وما يتطلبه ذلك من تحديد الأهداف التجارية ووضع الخطط لتحقيقها وأخيرا توفير الخدمات اللازمة لتنفيذ هذه الخطط بالإضافة إلى ضرورة القدرة على التكيف مع طبيعة السوق المصرفية³."

الفرع الثاني: عناصر إدارة الخدمة المصرفية:

إن تواجد الخدمة المصرفية داخل السوق تستدعي معطيات تتعلق بكيفية إدارتها وتسييرها وخاصة الجانب التسويقي لها فيما يخص السعر وطرق وضعه على أسس صحيحة وفق متطلبات السوق وتشمل إدارة وتسويق الخدمة المصرفية للعناصر التالية:

أولاً: تسميد الخدمة المصرفية:

باعتبار قرار التسعير أكثر القرارات تأثيراً على جميع عناصر المزيج التسويقي المصرفي، ومن القضايا الهامة التي تواجه العاملين بالمصرف فالسعر هو أحد المرتكزات الأساسية التي تعتمد عليها لاتخاذ القرارات لأنها مرتبطة مباشرة بدخل المستهلك وقدرته الشرائية ويمكن أن نعرف التسعير على أنه: "مجموع القيم التي يستند عليها المستهلك من خلال مقارنة الامتلاك، ومنافع الاستفادة والاستخدام من السلطة والخدمة"⁴.

وإن التسعير في المصارف يتطلب تحديد دقيق للخدمات المصرفية لأن هذه الأخيرة مظهر أن:

¹ -Michhel badoc, morqeting management les sociétés financiere, Edition l'organisation, paris, 1998, p :08.

² - "التسويق المصرفي"، إتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص:16.

³ - زيدان محمد، دور التسويق في القطاع المصرفي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2004، ص:08.

⁴ - ربحي مصطفى عليان إيمان فاضل السامرائي، تسويق المعلومات، ص:166، 2006.

إن المنتجات المصرفية عبارة عن نقود، وإنشاءها وتداولها يعتبر جزءا اقتصاديا للمصرف وهو الأساس الذي يقوم عليه البنك.

إن الخدمات لها مكانة متزايدة في النشاط المصرفي والتي يتم إدماجها مع المنتج المصرفي (النقود) هذه الخدمات يمكن أن تكون مجانية كتسليم دفتر الشيكات، أو غير مجانية كخصف الأوراق التجارية. وإن المصرف يعتمد في تأسيس سياسة سعرية على أربعة نقاط:

- 1- حساب التكاليف: ويتم تقسيمها باستعمال الطرق المحلية المعروفة.
- 2- قابلية السعر: أي معرفة درجة قابلية السعر لدى الزبائن.
- 3- تحسين النوعية: كلما كانت نوعية وجودة الخدمات والمنتجات المعرفية أحسن أداء هذا إلى قبول الزبائن سعر معروف.
- 4- الاتصال المباشر: وهذا للقيام بحملات تحسيسية لدى الزبائن وتوضيح التطور والتفسير الذي فرضته القوانين الجديدة الذي أدى إلى ارتفاع التكاليف الخاصة بالمنتجات المصرفية.

ثانيا: ترويج الخدمة المصرفية

يعرف الترويج على أنه: "جميع الجهود التسويقية والأساليب الشخصية وغير شخصية لإخبار العملاء بالمعلومات الخاصة بالخدمة وشرح مزاياها وخصائصها وكيفية الاستفادة منها ومحاولة إقناعه بالتعامل مع المصرف"¹.

يستمد الترويج أهمية من خلال عناصر مختلفة نذكر منها:

- يعتبر الترويج أحد العناصر التي يستخدمها البنك لتحقيق ميزة تنافسية على بقية المنافسين بغرض تحسين المركز التنافسي للبنك في السوق المصرفي.
- يساعد الترويج على تعرف العملاء المرتقبين على الخدمات الجديدة مما يؤدي إلى تكوين تفصيلات لهذه الخدمات مما يساعد في الأخير على قبول السوق لهذه الخدمات وخلق ولاءها.
- يساعد الترويج على بناء صورة ذهنية جيدة عن البنك وخدماته في أذهان العملاء.
- يمكن للترويج أن يساعد في تحقيق التوازن بين جداول الإنتاج والمبيعات عن طريق حث العملاء على تلقي الخدمات والاستفادة منها في المواسم التي يقل فيها الطلب عليها.

¹ - بدير حداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للنشر والطباعة، القاهرة، 1999 □ □ 251.

ثالثاً: تنويع الخدمة المصرفية

تهدف إستراتيجية توزيع الخدمة المصرفية إلى جعل قنوات التوزيع متطابقة مع توزيع الزبائن وهذا يعني تنظيم نقاط البيع بصفة تسهل للمستهلك الوصول إليها حيث أن الخدمات المصرفية ذات جودة عالية ونوعية رفيعة، والمقدمة بصفة دقيقة تسهل عملية التوزيع، ومن هنا نستطيع أن نلمس أهميته ونذكر موقعه ضمن المزيج التسويقي للخدمات المصرفية تحديداً أي أن توزيع الخدمة المصرفية يمثل القرارات والأنشطة التي تهدف إلى جعل الخدمة المصرفية في متناول يد المستثمرين وذلك من خلال قنوات التوزيع وتمثل القنوات التوزيعية حلقة وصل ما بين المنتج (المصرف) والمستفيد النهائي¹، وتمثل أهمية التوزيع في:

- تحقيق الإشباع والرضا للمستفيدين من الخدمة المصرفية.

- تحسين صورة البنك أمام المستفيدين.

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية

لقد عرف عالم الأعمال المصرفية تحولاً نوعياً غير من أبعاد وأهداف استراتيجيات المصارف في العقود القليلة الأخيرة وكان ذلك نتيجة منطقية لثورة التكنولوجيا الجديدة في الإعلام والاتصال وعولمة الأسواق المالية والمصرفية، ولعل هذا ما أدى بالمؤسسات المصرفية خاصة والمالية عامة بالاتجاه نحو تقديم نوع جديد من الخدمات يتماشى مع ما أصبحت تتسم به السوق المصرفية، ومن هنا يرى البعض أن على المصارف أن تطور من أدائها تماشياً مع الظروف المحيطة بها بما يتجسد هذا التطور في الصرفة الالكترونية.

الفرع الأول : الصرفة الالكترونية²

هناك عدة تعاريف للصرفة الالكترونية وسنسرّد بعضها منها في:

ت1- هو إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية، أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة في ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً للتنقل إلى البنك من أي مكان وفي أي زمان.

ت2- يتضمن بأن الصيرفة الالكترونية تعني اتجاه البنوك نحو التوسع في إنشاء مقرها عبر الانترنت بدلاً من إنشاء مقراً ومباني جديدة.

¹- محمود جاسم الصميدى، رندة عثمان يوسف، التسويق الاستراتيجي، دار الميسرة والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011 □ □ 43.

²- وسيم محمد الحداد وآخرون، □□□□ □□ □□ □□ □□ 55-56.

الفرع الثاني: أشكال الصيرفة الالكترونية¹

- 1- جهاز الصراف الآلي ATM
 - 2- الصيرفة عبر الهاتف النقال Mobil bouqing
 - 3- البنك النطق.
 - 4- البنك المنزلي.
 - 5- الصيرفة الهاتفية phone bouqing
 - 6- نقاط البيع الالكترونية
 - 7- الصيرفة عبر شبكة الانترنت أو ما يعرف البنك الالكتروني.
- وفي حالة التسوق الالكتروني (عبر الانترنت) يتم السداد من خلال 3 رسائل وهي:

- 1- الدفع النقدي الالكتروني وذلك من خلال استخدام النقود الالكترونية.
- 2- الشيكات الالكترونية وتأخذ مسار الشيك الورقي.
- 3- بطاقة الائتمان البلاستيكية.

الفرع الثالث: أهداف الصيرفة الالكترونية²

- وسيلة لتخزين حصتها في السوق المصرفية.
- خفض التكاليف
- تعتبر كوسيلة لتوسيع نشاطاتها داخل وخارج الحدود الوطنية.
- إتاحة المعلومات عن الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة.
- حصول العملاء على الخدمات المصرفية وغير المصرفية في أي وقت وأي مكان.

المطلب الثالث: المزايا التي تحققها المصارف من تقديم الخدمات الحديثة

إن تقديم الخدمات الحديثة من قبل المصارف ينطلق من مبدأ رفع حجم عمليات المصرف عن طريق تقديم خدمات نافعة لأنها تعود على المصرف بمزايا وفوائد منها ما يؤدي إلى زيادة توظيفات المصرف ومنها ما يؤدي إلى زيادة موارده وأهم هذه المزايا:

1- الدعاية والإعلان للمصرف:

يعتمد المصرف في تقديمه لهذه الخدمات على قاعدة عريضة من المتعاملين معه، ولا شك في أن تداول اسم المصرف بين عدد كبير من الناس سواء كانوا من المتعاملين معه أو غير المتعاملين معه، يحمل

¹ □□□□□□ □□ 59.

² - وسيم محمد الحداد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 57-58.

إعلانا غير مباشر عن المصرف خاصة إذا ما ارتبط هذا الاسم بتقديم خدمة نافعة، وكثيرا ما تكون النتيجة اجتذاب متعاملين جدد يرغبون في الانتفاع من هذه الخدمات.

2- زيادة موارد المصرف:

إن احتفاظ المتعاملين بأموالهم في المصرف معناه ثقتهم في تلبية حاجاتهم المالية عند نشوءها، وزيادة عدد المتعاملين مع المصرف يؤدي إلى زيادة موارد المصرف، لذا يجب ممارسة جميع الوسائل ليشعر الأفراد أن المصرف وُجد لخدمهم ولا ليسلبهم أموالهم.

3- زيادة توظيفات المصرف:

هنالك خدمات مصرفية قد تتطوي على ائتمان يمنحه المصرف على المتعاملين معه مقترنا بالخدمة المصرفية ذاتها، ويكون هذا الائتمان قصير الأجل ينتهي بانتهاء الخدمة أو بعدها بوقت قصير، مما يمثل عنصر موائمة بين وقت استحقاق الدفع وبين وقت توفر الأموال لدى المتعامل، ومن أمثلة هذه الخدمات: دفع ثمن الكهرباء أو اشتراك التلفون بالنيابة عنه... الخ.

4- التعامل بكفاءة مع النمو الهائل و المتسارع لعدد حسابات العملاء بالمصارف¹:

أي تحقيق كفاءة في التعامل من الناحية المحاسبية بدون زيادة عدد الموظفين مع تحقيق السرعة في إنجاز المعاملات المصرفية.

5- تخفيض التكلفة الحقيقية لعملية المدفوعات وإجراء المقايضة فيما بين الشيكات التي تمثل هذه المدفوعات:

فقد ازداد استخدام الشيكات كأداة لسداد المدفوعات زيادة ضخمة عقب الحرب العالمية الثانية، وتقلص استخدام النقود إلى حد ما، وقد شك الكثير من المصرفيين في مدى قدرة المصارف على التعامل مع هذا الكم الهائل من الشيكات وما يصاحبها من كم هائل أيضا من المعاملات المصرفية.

وقد أدى إدخال استخدام الكمبيوتر في معالجة هذه الشيكات إلى خفض المعاملات الورقية خفضا هائلا، وخفض تكلفة إرسال الشيكات من فرع إلى آخر ومن مصرف إلى آخر، وتكلفة العمالة المرتبطة بفرز وقيد هذه الشيكات يدويا.

6- تحرير العملاء من قيود الزمان والمكان:

إذ أصبح في وسع العملاء أن يتعاملوا مع المصارف في أي وقت دون الحاجة إلى الانتقال من مقر هذه المصارف.

¹ - □□□□ □□□□ أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة- □□□□ 2001 □ □ □□ 291-292.

مما أتاح لهم الاستفادة من فرص أفضل لتوظيف أموالهم.

حيث من خلال توسع المصارف في الصيرفة الالكترونية يستطيع تقديم خدمات مصرفية بسعر أقل وجودة أكبر وبكلفة أقل.

من خلال القدرة على تقديم خدمات مصرفية إلكترونية متكاملة وعلى مدار الساعة، وأيضاً مراعاة السرية والأمان والدقة ومراعاة العملاء الحالية والمستقبلية.

فمن خلال التوسع في الصيرفة الالكترونية يستطيع المصرف التوسع في حجم الخدمات التي يقدمها، وتخفيض كلفة تقديم تلك الخدمات، والتنويع في تلك الخدمات، وهناك مزايا أخرى².

- سحب وإيداع الأموال في أي وقت حتى وإن كان البنك مغلق.
- التعامل المشفر مع بياناتك مما يضمن ويعزز من السرية.
- التخفيف من الأعمال الورقية.

و قد أصبحت المصارف الإسلامية منافسا قويا للمصارف التقليدية في العالمية العربي والإسلامي إلى الحد الذي جعل الأخيرة تقوم بإنشاء فروع للمعاملات الإسلامية ومع استناد المنافسة برزت في السنوات الأخيرة ظاهرة تحول المصارف التقليدية إلى مصارف تعامل وفق أحكام الشريعة الإسلامية.

حيث فرض العمل المصرفي نفسه على المعاملات الاقتصادية والتجارية والمالية كما بدأت تظهر انعكاسات هذا العمل في العالم الغربي بدليل استحداث فروع لبعض المصارف الإسلامية في الدول الغربية³.

وفيما يلي حقائق أساليب عن القطاع المصرفي الإسلامي أبرزها⁴:

- إنشاء المصارف الإسلامية حتى نهاية 2007.

1- ناظم محمد نوري الشمري، وعبد الفتاح زهير، المصرفية الالكترونية الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع عمان- 2008 193.

2- وسيم محمد الحداد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 58-59.

[illegible]

4- نادية عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 100.

- وجود 250 صندوق مشتركاً بتطابق مع المبادئ الشرعية.

- نمو المصارف الإسلامية بنسبة 20% سنوياً أي ضعف نسبة النمو في المصارف التقليدية.

- تشكل المعاملات الإسلامية نحو 1.5% من السوق العالمي المصرفي 2007.

والجدير بالذكر إنه قد نشأت حديث مؤسسات متعددة الجنسيات لتوفير المسندات للجهات الحكومية والرقابية على فهم الصيرفة الإسلامية وإصدار معايير تلك الصناعة.

وكدليل على نجاح الصيرفة الإسلامية على مستوى العالم، تم تصنيف مصرف دبي الإسلامي للعام الثاني على التوالي كمركز متقدم في قائمة أسرع المصارف نمواً في العالم من حيث رأس المال والاحتياجات النقدية.

حيث صنفت مجلة تابعة لمؤسسة فينا نشال كالميز العالمية المصرف في المركز 223 ضمن الألف مصرف الأوائل في عام 2007 متقدماً عن المركز 677 عام 2005 والملاحظ أن نمو الأصول لدى المصارف الإسلامية فإن نمو الأصول لدى المصارف التقليدية وهذا مرده أن الصيرفة الإسلامية تعدي مجالا للتنوع في هيكله التمويل أوسع بكثير من الصيرفة التقليدية إذ بينما تبني هذه الأخيرة أسلوب تمويل واحد هو القرض الربوي، تبني الصيرفة الإسلامية ما لا يقل عن 10 أساليب أساسية للتمويل.

المطلب الرابع: المصارف الإسلامية كأحد التوجهات الحديثة للمصارف

لا أحد يستطيع أن ينفي التطور الهائل الذي حققته الصيرفة الإسلامية منذ بدايتها في التسعينات من القرن الماضي، فقد برزت المصارف الإسلامية كظاهرة اقتصادية جديدة ميزت الثلث الأخير من القرن العشرين.

- مرت المصارف الإسلامية منذ بدأ أعمالها بصعوبات وتحديات عديدة منها ما يتعلق بأساس فكرتها ومنها ما يتعلق بكيفية عملها وفرص نجاحها، فضلاً عن استمرارها وقدرتها على المنافسة مع المصارف، إلا أنها أخيراً تمكنت من تحقيق الاعتراف الأكاديمي الواسع بحيث أصبحت من الحقول الجديدة التي يتم التعرض لها في أعرق المراكز الأكاديمية والمؤسسات الجامعية في العالم.

الفرع الأول: تعريف المصرف في الإسلامي

لا يوجد تعريف محدد للمصارف الإسلامية متفق عليه، بل توجد عدة تعاريف لها أبرزها¹:

¹ - نادية عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 92.

- المصارف الإسلامية: مؤسسات مالية ومصرفية تقوم على أساس تجنب الربا أخذا وعطاء في جميع الحالات والأعمال التي تؤديها.

- المصارف الإسلامية: منظمات مالية إسلامية، تسعى إلى تحقيق رسالة اقتصادية واجتماعية وذلك في إطار ونطاق تعاليم الإسلام الحنيف، بحيث تساهم في دعم المجتمع، وبناء مجتمع إسلامي متكاتف قوي ومتعاون من أجل الخير والنماء.

أي أن المصرف الإسلامي من خلال ما سبق ذكره يقوم على أساس قواعد الشريعة الإسلامية ومبادئها التي تتضمن نصوصاً قاطعة وشاملة بتحريم الربا (الفائدة) لذلك سميت بالمصارف اللاربوية، معتمدة في ذلك أساليب تمويل شرعية، المضاربة المرابحة، المشاركة... الخ.

الفرع الثاني: المصرف الإسلامي مصرف الـ

أن المصارف الإسلامية وبعدد العقود في نشاطها في الساحة المصرفية، يمكن القول أن المؤسسات المالية الإسلامية أصبحت قائمة وأنها وجدت لتبقى وأنها عددها يقارب 300 مؤسسة وأنها تتربع على أصول مالية تفوق 300 مليار دولار، وإن العديد من المصارف العالمية قامت بفتح نوافذ للخدمات الإسلامية¹

وعلى الرغم من كل هذا التفوق إلا أن المصارف الإسلامية تواجه مجموعة عوائق أبرزها²:

- قلة في عدد علماء الشريعة المؤهلين حول العالم لتقييم المنتجات التمويلية الجديدة فإن نقص الكفاءات اللازمة من العلماء يقف عائقاً أمام الابتكار والتطوير للمنتجات الجديدة.

- عدم وجود سوق مصرفية أو مالية إسلامية منظمة بشكل كافٍ يساعد المصرف الإسلامي على التعبئة والاستخدام الأمثل لمواردها.

- إلزام المصارف الإسلامية من جانب السلطات المصرفية في بعض الدول بالاحتفاظ بنسبة من ودائعها في البنوك المركزية ويتم دفع فائدة عنها.

ما أوجب على المصارف الإسلامية حتى تواجه هذه التحديات للقيام بـ:

- محاولة الاستفادة من التكنولوجيا والاتصالات والانترنت في مشاركة الأفكار والدراسات والأحكام الشرعية وغير ذلك فيما يتعلق بعمل الصيرفة الإسلامية.

- ضرورة التوسع في ابتكار وطرح منتجات مالية ومتوافقة مع أحكام الشريعة وذلك لاستيعاب السيولة الكبيرة المتوفرة لدى المصارف الإسلامية.

¹ - 99

² - 103

- تدريب وتأهيل الكوادر البشرية على تولي المناصب القيادية.
- على المؤسسات المالية والإسلامية أن تتيح تقاريرها المالية للعلوم تحقيقها الاكتشافية المالية
- ضرورة وجود تشريعات جديدة توحد المعايير التي تبعتها السوق المالية الإسلامية للمساهمة في قيامها بدور أكثر عيوبه على المستوى العالمي¹.

¹ - نادية عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 104.

خلاصة الفصل:

مما لا شك فيه أن جميع فروع النشاط الاقتصادي حاليا المتطورة والمتنوعة المقدمة من قبل الجهاز المصرفي أدت إلى تطوير الاقتصاديات الحديثة.

الأمر الذي أدى بالمصرف إلى البحث عن أفضل السبل لتطوير الخدمات التي تقدمها لعملائها باستخدام تكنولوجيا الصناعة المصرفية، تكنولوجيا الاتصالات، خدمات البطاقات المصرفية، خدمات الصراف الآلي... إلخ.

كما أنه وبتغير الظروف الاقتصادية التي تعمل بها المصارف نجد أن للصيرفة الإسلامية نصيبا وافرا من هذا التطور، أيضا إذا أصبحت قطبا مصرفيا هاما في العالم كله وليس في العالم الإسلامي فقط.

وأمام التطور المتسارع الذي تشهده الصناعة المصرفية في العالم، أصبح ينظر إليها على أنها مصرف المستقبل خاصة بعد اللازمة العالمية الأخيرة إلا أنها (المصارف الإسلامية) تحتاج إلى قواعد ولكن مصرفية متفق عليها في العالم الإسلامي جعلها موضوع التنفيذ، حتى تقدم كل أنواع المنتجات والخدمات المصرفية التي تحتاجها بيئة البلد المتغيرة.

الفصل الثاني

تطور الجهاز المصرفي

الجزائري

مقدمة:

إن المنافسة والظروف والمتغيرات الشديدة والتطورات التكنولوجية والتي ظهرت خاصة في السوق المصرفية. ما أدى إلى تطوير الخدمات المصرفية القائمة نحو الجديد والمعاصر.

والجزائر كغيرها من الدول يسعى إلى الإسراع في تحديث وتطوير خدماتها المصرفية وإلزامها بالبحث عن خدمات جديدة أكثر تطورا وذلك بتبني مفهوم البنوك الشاملة والمتخصصة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك ويعتبر هذا مدخلا أساسيا في إصلاح النظام المصرفي الجزائري. فسعت السلطات الجزائرية إلى تطوير نظامها المصرفي.

حيث أن النظام المصرفي هو الواجهة الحقيقية لحالة الاقتصاد الجزائري. ففي كل دول العالم. متعرضة في ذلك لمجموعة من التحديات، فقامت بإدخال مجموعة من التطورات على خدماتها فظهرت التجارة الإلكترونية التي صاحبها مجموعة من الآثار على الخدمات المصرفية وبالتالي على الجهاز المصرفي.

ولهذا سنتطرق في هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: هيكل الجهاز المصرفي الجزائري.

المبحث الثاني: واقع الجهاز المصرفي في المرحلة الحالية.

المبحث الثالث: انعكاسات تطور الخدمات المصرفية على النظام المصرفي.

المبحث الأول: هيكل الجهاز المصرفي الجزائري

إن النظام المصرفي هو مجموع المصارف العاملة في بلد ما. وهو يضم مجمل النشاطات التي تمارس بها العمليات المصرفية وخاصة تلك المتعلقة بمنح الائتمان. وهو يشمل المنشآت المالية المتخصصة والسلطات المسؤولة عن السيالة النقدية أي البنك المركزي.

ولهذا سنتطرق في هذا المبحث إلى: البنك المركزي، البنوك التجارية للبنوك المتخصصة.

المطلب الأول: البنك المركزي

إن النظام المصرفي هو مجموع المصارف في بلد ما، وهو يضم مجمل النشاطات التي تمارس بها العمليات المصرفية وخاصة تلك المتعلقة بمنح الائتمان، وهو يشمل المنشآت المالية المتخصصة والسلطات المسؤولة عن السياسة النقدية أي البنك المركزي.

ولهذا سنتطرق في هذا المبحث إلى البنك المركزي، البنوك التجارية والبنوك المتخصصة.

الفرع الأول: نشأة بنك الجزائر (تأسيس بنك الجزائر)

يعتبر البنك الجزائري أول مؤسسة نقدية تم تأسيسها بالجزائر المستقلة، وقد كان ذلك في 13 ديسمبر 1962 بموجب قانون 62-144¹.

وقد ورث البنك المركزي الجزائري اختصاصات بنك الجزائر الذي تم تأسيسه في عهد الاستعمار، وأسندت له مهمة توفير الظروف الأكثر ملائمة لتنمية منظومة الاقتصاد الوطني والحفاظ عليها في ميدان النقد والقرض والصرف، من خلال ترقية استعمال موارد الإنتاج في البلاد مع الحرص على ضمان الاستقرار الداخلي والخارجي للنقد، وأهم من ذلك طرح العملة الجزائرية للتداول تحت اسم الدينار الجزائري، وذلك بتاريخ 14 أبريل 1963.

مر البنك المركزي الجزائري والنظام المصرفي بمجموعة من التغيرات والتحويلات التي خلفتها الأوضاع السياسية والاقتصادية التي شهدتها الجزائر، على أنه يمكن القول أن الطابع العام لها يتمثل في سيطرة الخزينة العمومية على النظام المصرفي واختزال وظيفة البنوك ودورها في إطار محاسبي، على الرغم من أنها جاءت لتخفف من الضغوط الموجودة على خزينتها وأصبحت نشاطاتها تتميز بالسلبية في توزيع القروض مع تعاظم دور الخزينة.

¹ □ □ □ □ □ □ □ □ 62-144

الفرع الثاني: تعريف البنك المركزي:

تعريف 2:

- إصدار العملة النقدية مع الاحتكار التام لها

١٠- سِير احتياطات العملة الأجنبية والذهب بيعا وشراء واحتفاظا □

- إعادة خصم السندات العمومية إدارة ومراقبة منح القروض البنكية التجارية، وإعطاء تسبيقات مالية للخرينة العمومية.³

. 1986 20 12-86 1

[illegible]

³إكن لونيس، السياسة النقدية ودورها في ضبط العرض النقدي في الجزائر خلال الفترة (2000-2009) مذكرة ماجستير، تخصص نقود، 2010-2011 □ 143-144.

تعريف 3:

عرفت المادة 11 من قانون النقد والقرض البنك المركزي على أنه مؤسسة وطنية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي منذ صدور هذا القانون، أصبح البنك المركزي يسمى في تعامله مع الغير بنك الجزائر، يخضع إلى قواعد المحاسبة التجارية باعتباره تاجرا، تعود ملكية رأسمالية بالكامل للدولة¹.

تعريف 4:

بمقتضى القانون 90-10 قانون النقد والقرض المؤرخ في 14 أفريل 1990 يعرف البنك المركزي الجزائري على أنه مؤسسة وطنية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، يدعى في علاقاته مع الغير بنك الجزائر ويعتبر تاجرا في علاقاته مع الغير، وهو يخضع لأحكام القوانين التي ترعى التجارة بقدر ما تنص الآجال القانونية الخاصة به على خلاف ذلك، ويتألف رأسماله الأولي من مخصصات الدولة. ومبلغه يحدد وفقا للقانون، كما أن لبنك الجزائر الصلاحيات لفتح فروع ووكالات في أي منطقة مع التراب الوطني، ولا يمكن حل البنك المركزي إلا بموجب قانون تحدد بموجب □ □ □ □ □ □ □ □.

الفرع الثالث: وظائف البنك المركزي

حسب المواد 39 إلى المادة 57 والمادة 127 من الأمر رقم (03-11) المتعلق بالنقد والقرض يمكن توضيح الوظائف الأساسية لبنك الجزائر فيما يلي:²

1- **الإصدار النقدي:** إن بنك الجزائر يصدر مجانا النقود الورقية كما أنه يساهم في إصدار نقود الودائع ورقابتها وتنظيمها غير أن إصدار النقود لا يتم إلا بشروط التغطية وهي: سبائك ونقود ذهبية، عملات أجنبية، شهادات الخزينة العمومية، أوراق في انتظار إعادة الخصم أو في حالة الرهن.

2- **العمليات الخاصة بالذهب:** إن الاحتياطي من الذهب الذي يحوز عليه بنك الجزائر هو ملك للدولة والتي أعطته تفويضا دائما لاستعماله كضمان لتغطية النقد أو الأغراض أخرى كالشراء والبيع والرهن والاقتراض، وذلك نقدا وأجلا.

3- **العمليات الخاصة بالعمليات الأجنبية:** إن بنك الجزائر يمكنه شراء، بيع، خصم، إعادة خصم، إعطاء أو الحصول على رهن منح أو الحصول على كل وسيلة دفع محررة بعملات أجنبية وكذلك كل رصيد بعملات أجنبية، وأيضا يدير ويوظف احتياطه من الصرف، وفي هذا الإطار بإمكانه الحصول على قروض أو المساهمة في سندات مالية محررة بعملة أجنبية في الأسواق المالية الدولية.

4- **إعادة الخصم واقتراض البنوك والمؤسسات المالية:** إن بنك الجزائر يمكنه إعادة الخصم أو القيام بعمليات الرهن خاصة على سندات مضمونة تكون مسحوبة على الجزائر أو على الخارج وتمثل عمليات تجارية ولا

¹ الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص 200.

² بابوري أميرة، دور المقاصة الائتمانية في تحسين عمليات التسوية لوسائل الدفع في البنوك الجزائرية □ □ □ □ □ □ لنيل شهادة الماستر في علوم

التسيير، تخصص مالية وبنوك، المركز الجامعي ميلة، 2012-2013 □ □ 10.

بد من توفر بعض الشروط في هذه السندات، كما أن إعادة الخصم يمكن أن □ □ □ قروض تمويل قصيرة الأجل، وبإمكان بنك الجزائر منح تسبيقات للبنوك والمؤسسات المالية مقابل حصوله من هذه الأخيرة على نقود ، أو سبائك ذهبية، أو عملات أجنبية.

5- التعامل في السوق النقدي: يستطيع بنك الجزائر التدخل في السوق النقدي ، وخاصة شراء أو بيع سندات عمومية أو سندات خاصة قابلة لإعادة الخصم أو بمنح تسبيقات.

6- المساهمات الممنوحة للدولة: يمكن لبنك الجزائر وعلى سبيل تعاقد في حدود أقصاها 20 % من المدخلات العادية للدولة، منح الخزينة العمومية قرضا على شكل حساب جاري لمدة لا تتجاوز 240 يوم في السنة، وينتج عن هذه القروض الحصول على نسب رمزية خاصة بتسييرها، كما يمكن لبنك الجزائر أن يمنح للخزينة العمومية تسبيقات موجهة لتسيير نشاط المديرية العمومية الخارجية.

7- عمليات أخرى مع الدولة وسائر المؤسسات العمومية: إن تسيير بنك الجزائر لحساب الخزينة العمومية يتم مجانا ، كما يتولى بنك الجزائر توظيف القروض التي يصدرها أو تضمنتها الدولة لدى الجمهور بالإضافة إلى دفع قسائم السندات التي تصدرها أو تضمنتها الدولة بالتعامل مع الصناديق العمومية ، كما يمكنه أن يتولى الخدمة المالية للجماعات والمؤسسات العمومية وتوظيف قرضها ودفع قسائم السندات المالية التي أصدرتها.

8- العمليات مع البنوك والمؤسسات المالية: يستطيع بنك الجزائر القيام بالعمليات المصرفية مع البنوك والمؤسسات المالية العاملة بالجزائر، وكذلك مع أي بنك مركزي أجنبي غير أنه وباستثناء العمليات المتعلقة بالعمولات الأجنبية فإنه لا يستطيع القيام بعمليات أخرى مع بنوك تعمل في الخارج، وعلى هذا الأساس فإنه على كل بنك يعمل في الجزائر أن يفتح حسابا جاريا يكون دائما في بنك الجزائر وذلك لأغراض عمليات المقاصة¹.

9- العمليات المتعلقة بالأموال الخاصة ببنك الجزائري: يمكن لبنك الجزائر توظيف أمواله الخاصة أو المتمثلة في رأسماله واحتياطاته ومكوناته ذات الطابع الاستهلاكي، وذلك في عقارات أو سندات صادرة من طرف تنظيمات مالية، كما بإمكانه الحصول أو بناء أو بيع أو تبديل عقارات.

10- إنشاء غرفة المقاصة وتنظيمها وإقفالها: يقرر بنك الجزائر إنشاء □ تنظيم، تمويل وإقفال غرف المقاصة الخاصة بكل وسيلة دفع سواء كانت ورقية أو غير ورقية أو إلكترونية، وهو الذي يسهر على تسيير هذه الغرف، ولذلك فإن مصاريفها تكون على عاتق البنوك والمؤسسات المالية.

¹ حورية حمي، آليات رقابة البنك المركزي على البنوك التجارية وفعاليتها- □ □ □ □ □ □ □ □ -رسالة ماجستير تخصص بنوك وتأمينات، جامعة منتوري

11- تحديد النظم المطبقة على البنوك والمؤسسات المالية: يحدد بنك الجزائر الشروط العامة والتي يرخص ضمنها السماح للبنوك والمؤسسات المالية بممارسة نشاطها في الجزائر، كما يحدد كل المعايير التي يجب على كل بنك احترامها وخاصة ما يتعلق ببعض النسب ولا سيما تلك المتعلقة برؤوس الأموال الخاصة والقروض الممنوحة.

12- تنظيم عمليات البنوك والمؤسسات المالية مع زبائنهم: يستطيع بنك الجزائر تقنين عمليات البنوك والمؤسسات المالية مع زبائنهم، لا سيما فيما يخص فتح الحسابات الدائنة، والضمانات المقبولة للسلفات والقروض.

13- تنظيم الصرف وحركة الرساميل مع الخارج: ينظم بنك الجزائر سوق الصرف في إطار سياسة الصرف التي يقررها مجلس النقد والقرض، وضمن احترام الالتزامات الدولية التي تعهدت لها الجزائر.¹

المطلب الثاني: البنوك التجارية الجزائرية:

يقصد بالبنك التجاري المؤسسة التي تمارس عملية الائتمان (الإقراض والاقتراض)، إذ يحصل البنك التجاري على أموال العملاء فيفتح لهم ودائعهم ويتعهد بتسديد مبالغها عند الطلب أو الأجل وتعتبر عملية خلق الودائع أهم وظيفة تقوم بها البنوك التجارية.

وتؤدي البنوك التجارية ثلاث مهام رئيسية :

- مهمة البنوك التجارية العمومية، مهمة مراقبة المبادلات، ومهمة أساسية تتمثل في الائتمان ويوجد في الجزائر ستة بنوك تجارية عمومية وهي:

- البنك الوطني الجزائري BNA.

- القرض الشعبي الجزائري CPA

- البنك الخارجي الجزائري BEA

- بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

- بنك التنمية المحلية BDL

- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط. CNEP

¹ حوري □ □ □ □ □ □ □ □ 45-43 .

الفرع الأول: أهداف ومهام البنوك التجارية الجزائرية

1- أهداف البنوك التجارية:

تسعى البنوك التجارية الجزائرية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المسطرة بيمكن إنجازها في النقاط التالية:¹

- توسيع وتنويع مجالات تدخلها كمؤسسات مصرفية شاملة .
- تحسين نوعية وجودة الخدمات المصرفية باستخدام أحدث التقنيات في هذا المجال.
- خلق تواصل وعلاقات قوية بينها وبين العملاء باعتبار العميل ثميناً من أصولهم وكذا العمل على كسب ولائهم حاضراً ومستقبلاً.
- الحصول على أكبر حصة في السوق.
- تطوير العمل المصرفي قصد جذب المزيد من الموارد والحصول على أقصى قدر من الأرباح.
- رغبة تحقيق هذه الأهداف سعت البنوك جاهدة لتهيئة الشروط اللازمة للانطلاق في المرحلة الجديدة التي تتميز بتحويلات هامة نتيجة انفتاح السوق المصرفي أمام البنوك الخاصة المحلية والأجنبية، حيث قام هذا الأخير بإنشاء وكالات جديدة بوسائل تقنية وأنظمة معلوماتية حديثة كما بذل القائمون على البنوك التجارية الجرائية بمجهودات كبيرة لتأهيل مواردها البشرية وترقية الاتصال داخلها وخارجها مع إدخال تعديلات على التنظيم والهيكل الداخلية للتوافق مع المحيط المصرفي واحتياجات السوق.

2- مهام البنوك التجارية الجزائرية:

إن المناخ الاقتصادي الجديد الذي تشهده الساحة المصرفية المحلية والعالمية يحتم على البنوك التجارية الجزائرية أن تلعب دوراً أكثر فعالية وديناميكية في جمع الموارد وتمويل الاقتصاد من جهة، وكذا تدعيم مراكزها التنافسية في ظل التغيرات الراهنة وأمام كل هذه الأوضاع أصبح لزاماً على القائمين بهذه البنوك إعادة النظر في أساليب التنظيم والتسيير والعمل على تطوير منتجاتهم باستراتيجيات أكثر فعالية لمواجهة تحديات البيئة المصرفية خاصة من أجل إرضاء العملاء والاستجابة لمتطلباتهم.

وفي هذا الصدد لجأت البنوك التجارية الجزائرية للقيام بأعمال ونشاطات متنوعة وعلى مستوى عالٍ من الجودة للوصول إلى استراتيجية تتمثل في جعلها مؤسسات مصرفية كبيرة وشاملة تحظى بثقة المتعاملين

¹ <http://liqtissad.blogspot.com/2011/12/blog>، مدونة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة.

² ديلمي وداد، دور التسويق المصرفي في دعم القدرة التنافسية في البنوك التجارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص مالية و

الاقتصاديين والعلماء وتتمثل هذه المهام كما نصت عليها القوانين والقواعد المعمول بها في المجال المصرفي

- تنفيذ جميع العمليات المصرفية والاعتمادات المالية على اختلاف أشكالها طبقا للقوانين والتنظيمات الجاري العمل بها.
- تنفيذ الموارد والاستخدامات المتاحة لها من خلال ترقية عمليتي الادخار والاستثمار.
- إنشاء خدمات جديدة مع تطور المنتجات والخدمات القائمة .
- تطوير شبكاتها ومعاملاتها النقدية.
- التقرب أكثر من ذوي المهن الحرة ،التجار والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة تلك الهادفة للنهوض بالقطاع الفلاحي والتنمية الريفية.
- التسيير الصارم لخزينة البنك بالدينار والعمللة الصعبة .
- الاستفادة من التطورات العاملة المرتبطة بالنشاط المصرفي.

الفرع الثاني: نشأة ومفهوم البنوك التجارية الجزائرية

1-نشأة البنك الوطني الجزائري ومهامه¹:

أسس البنك الوطني الجزائري بمرسوم 66-178 بتاريخ 13 جوان 1966 على شكل شركة وطنية تسير بواسطة القانون الأساسي لها والتشريع التجاري وحتى سنة 1982 قام البنك الوطني الجزائري بكل الوظائف كأى بنك تجاري إلا أنه كانت له حق الامتياز في تمويل القطاع الزراعي.

ويمكن تلخيص أهم وظائف البنك الوطني الجزائري فيما يلي:

- تقديم خدمات مالية للأفراد والمؤسسات.
- تحصيل الودائع البنكية الخاصة بالصرف والقرض في إطار التشريع البنكي القائم والقواعد الخاصة به.
- القيام بمختلف العمليات البنكية سواء نقداً أو عن طريق الاعتمادات والتحويلات.
- إيجار الصناديق الحديدية بمقابل.
- منح القروض الطويلة والمتوسطة والصيرة الأجل.
- تمويل التجارة الخارجية.
- خصم الأوراق التجارية والمالية.
- تقديم خدمات الوساطة في عمليات الشراء والبيع والاكتتاب في السندات العامة والأسهم.
- تسليم وتحويل القيم المنقولة أو رهنها .

¹ شاكور القزويني، *البيانات البيئية في ليبيا*، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 59-60.

2- نشأة القرض الشعبي الجزائري ومهامه:¹

أنشأ في 29 ديسمبر 1966، وهذا بموجب الأمر رقم 336/66 والذي اتبع بالأمر رقم 784/67 المؤرخ بتاريخ 1967/05/11 والمتعلق بالقانون الأساسي للقرض الشعبي الجزائري، ولقد تم إنشاء القرض الشعبي الجزائري من خلال القيام بتأمين البنوك التالية:

- البنك الجزائري المصري بتاريخ 1968/01/01 .
- الشركة المارسييلية للقرض بتاريخ 1968/06/30 .
- الوكالة الفرنسية للقرض والبنك .

حيث أوكلت للقرض الشعبي الجزائري بالإضافة للأنشطة التقليدية للبنوك التجارية، مهمة الإشراف على تمويل قصير الأجل للقطاع الحرفي، القطاع السياحي، قطاع الصيد والتعاونيات الغير فلاحية، قطاع المياه والري وأصحاب المهن الحرة.

كذلك يقوم بعملية البناء والتسيير من خلال قروض متوسطة وطويلة الاجل.

ويقدم قروض وسلفيات لقاء سندات عامة إلى الإيرادات المحلية، وتمويل مشتريات الدولة والولاية والبلدية والشركات الوطنية.

3- نشأة ومهام البنك الجزائري الخارجي:²

أنشئ بموجب المرسوم رقم 67-204 المؤرخ بتاريخ 1967/10/11 على شكل مؤسسة وطنية حيث أنه يعمل وفقا للقانون التجاري، ففي الإطار الداخلي يقوم بما يلي:

- تمويل المؤسسات خاصة الشركات الكبرى في ميدان المحروقات.
- تمويل المؤسسات بالقروض اللازمة للتجهيز سواء كانت مباشرة مثلا، السحب على المكشوف والتسيقات المباشرة أو غير المباشرة وتشمل القروض بالتوقيع والاعتمادات المستندية والكفالات.
- منح القروض الاستثمارية متوسطة الأجل

أما في الإطار الخارجي فيقوم بما يلي:

- ترقية علاقات الجزائر الخارجية من خلال الاستيراد والتصدير.
- تمويل التجارة الخارجية وتوفير كل المعلومات المتعلقة بالمؤسسة الخارجية.

¹ □ □ □ □ □ □ □ □ 336-66 □ □ □ □ □ □ □ □ 17 □ □ □ □ □ □ □ □ 1386 □ □ □ □ □ □ □ □ 29 ديسمبر 1966، والمتضمن إحداث القرض الشعبي الجزائري، الجريدة الرسمية □ □ □ □ □ □ □ □ 110 □ □ □ □ □ □ □ □ 1966 □ □ □ □ □ □ □ □ 87 .

² 20/03/2015 date de concitation. istamfin. go.forume net.16.00h

6- نشأة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط ومهامه:

أنشئ هذا الصندوق في 10 أوت 1964 وذلك بموجب القانون 227/64 وذلك من أجل القيام بعمليات جمع الادخار من المواطنين إلى جانب إدارة الأموال والهيئات العمومية وأموال منتسبي الهيئات العمومية وذلك بهدف استغلالها في خدمة التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتمويل البناء والجماعات المحلية، ومن مهامه: يعمل الصندوق على تشجيع الادخار على نطاق واسع وذلك من خلال توسيع شبكة فروع وتخفيض الحد الأدنى للمدخرات بالإضافة إلى تشجيع المدخرين من خلال تمكينهم من الحصول على مساكن بالتقسيط.

المطلب الثالث: البنوك المتخصصة

الفرع الأول: تعريف البنك الخاص

تعرف البنوك الخاصة على أنها مكان التقاء عرض الأموال بالطلب عليها، ومكان تقديم خدمات مصرفية حديثة وتقليدية، رأسمالها حصريا خاص تخضع للقانون التجاري والخاص¹، تقبل الودائع من الجمهور وتساهم في تمويل المشاريع، وبهذا فهي تساهم في توفير الأموال وتنظيم تداولها ابتداء من قبول الودائع إلى منح القروض وتلعب هذه البنوك دور الوسيط بين المستورد والمصدر بتقديمها بعض الخدمات المالية، كما تلعب الوظيفة التمويلية وذلك بمساهمتها في تمويل مشروعات تنموية إذن هي وسيط بين المدخرين والمستثمرين.

تأخذ البنوك الخاصة شكل شركات المساهمة، ومن هذا يمكن أن نفرق بين البنك العام والبنك الخاص من طبيعة رأس المال، عدا ذلك فهو بنك تجاري مثله مثل أي بنك عام يخضع إلى رقابة البنك المركزي والهيئات المختصة.

إن البنك الخاص هو بنك يختص في تقديم خدمات الصيرفة الخاصة التي لا يقوم بها أي بنك عام، وعموما هذه الخدمات هي: الرهونات، حسابات الأجور، خدمات تسيير الثروات، حيث يختص في زبائن معينين بأموالهم الهامة، حسب ما يريدون لأموالهم من استثمار.

فعندما نتكلم عن بنك له صفة قانونية لشركة باسم جماعي أو شركاء بتوصية ففي هذا النوع من البنوك الشركاء هم المسؤولون شخصا عن أموالهم المودعة في البنك.²

ويمكننا أن نستخلص من التعريف مميزات البنك الخاص وهي:

- هي مؤسسات مالية أو بنوك ملكيتها للأشخاص طبيعيين أو معنويين يخضعون للقانون الخاص.

¹ ouvrage collectif, l'entreprise et la banque dans les mutations économiques en algerie, opu, alger, 1994, p 144

² <http://swiss-bank-accounts.com/f/banque/general/banque-privee.html> consulté le 21/04/2015

- طبيعة رأسمالها خاصة.

- بما أنها ليست بنوك عمومية، فيمكن أن نلاحظ اختفاء حواجز البيروقراطية .

- بما أن هدف هذه البنوك ذو طابع تجاري بحت وهو الربح، فإن هذه البنوك تسعى إلى تقديم أحسن الخدمات.

- يحظى هذا النوع من البنوك بشبكة اتصالات واسعة ومتطورة.

- يستخدم هذا النوع من البنوك أحسن الطرق والأساليب في الإدارة والتسيير، كما يعتمد على الإطارات ذات الكفاءة والمستوى العالي

الفرع الثاني: الوظائف الحديثة للبنك الخاص

في ظل التطورات التي شهدها العالم ويشهدها لحد الآن، ويرجع الفضل في ذلك إلى التطور التكنولوجي. فإن البنك أصبح يمارس بعض الوظائف التي لم تكن معروفة فيما سبق وهذا تماشيا مع تطورات العصر والنمو والازدهار والاستقرار وتحقيق الأرباح من بينها ما يلي:¹

1- **قديم خدمات استشارية للمتعاملين:** أصبحت البنوك حديثا تشارك في إعداد الدراسة المالية للمشاريع **□ □ □ □ □ □** المتعاملين وعلى أساس هذه الدراسة يحدد الحجم الأمثل للتمويل وطرق التسديد ومدى توافقها مع سياسة المشروع في الشراء والإنتاج والتوزيع والتحصيل وهذا يفيد البنك في معرفة مدى كفاءة المشروع الذي سيقدم على تمويله، كما أن تحديد حجم هذا التمويل هام جدا، حيث يجب أن يكون هذا التمويل يفي بحاجات المشروع، ولا يشكل نقص في السيولة أو الإفراط فيها، وتدخل ضمن هذه الخدمة دراسة الدورة النقدية وعلاقتها بالمركز المالي للمشروع.

2- **إدخار المناسبات:** أصبح البنك يشجع المتعاملين على الادخار لمواجهة بعض المناسبات المعنية كنفقات الاصطياف أو الزواج، وهذا بإعطائهم فوائد مجزية على هذه المدخرات ومنحهم تسهيلات ائتمانية تتناسب مع حجم مدخراتهم، هذا النوع من الخدمات يساهم في... مدخرات عون من الأعوان الاقتصاديين وهو قطاع العائلات .

3- **البطاقات الائتمانية:** استحدثت هذه الخدمة من طرف البنوك في الولايات المتحدة الأمريكية في ستينات القرن الماضي، وهي بطاقة **□ □ □ □ □ □** تحتوي على معلومات تعبر عن حاملها ورقم حسابه، يتمتع المتعامل الحامل لهذه البطاقة بمزايا هذه الخدمة والمتداولة خاصة في قيام المتعامل بشراء سلع وخدمات معينة من محلات محددة تتعامل مع البنك نفسه الذي يتعامل معه للمتعامل على أن يقوم بتسديد هذه الفواتير في أوقات لاحقة محددة حسب الاتفاق مع البنك، ويأخذ البنك عمولة من المحلات التجارية، تستعمل هذه البطاقة على

¹ وهيبه خروبي، مرجع سبق ذكره، ص 124 .

ثلاث مستويات وهي سحب الأموال من الموزعات الإلكترونية، شراء مختلف السلع والخدمات واستعمالها للاقتراض من بنك آخر.

4- إدارة ممتلكات وشركات المتعاملين مع البنك: في الدول المتقدمة وهي الأثرياء البنوك بإدارة أموالهم وممتلكاتهم بعد وفاتهم وذلك بتحديد البنك لمجال استثمار هذه الأموال وكيفية التصرف في العوائد.

بهذا فقد أصبحت البنوك تمارس أي نوع من الخدمات من شأنه أن يرتفع حجم عملياتها عن طريق تقديم خدمات تعود على البنك بالخدمات الآتية:¹

1- الدعاية والإعلان: باعتماد البنك في تطبيقه هذه الخدمات إلى قاعدة عريضة من المتعاملين سيجعل من اسم البنك متداولاً بين عدد كبير من الأشخاص الأمر الذي سيشكل إعلاناً غير مباشر للبنك وبالتالي يساعد على جذب زبائن جدد.

2- زيادة موارد البنك: يحتفظ المتعاملين بأموالهم لدى البنك لتقّتهم به، لذا فإن زيادة المتعاملين تعني زيادة موارد البنك لذا على البنك أن يسعى لكسب تقّتهم وإقناعهم بجدوى خدماته.

3- زيادة توظيفات البنك: هناك بعض الخدمات التي يقدمها البنك تشمل منح القروض قصيرة الأجل وينتهي هذا القرض بانتهاء الخدمة أو بعدها بوقت قصير أي الملائمة بين استحقاق الدفع ووقت توفر الأموال للمتعاملين مثل اشتراكات الهاتف، فيقوم البنك بدفع هذه الفواتير ويمنح المتعامل قرض يستحق مع نهاية الشهر، وهذا ما يؤدي إلى زيادة توظيفات البنك.

4- تحقيق عمولات وأسعار فائدة أعلى عن طريق تقديم خدمة البطاقة الائتمانية.

الفرع الثالث: الإطار القانوني للبنوك الخاصة في الجزائر

لقد أتاح قانون النقد والقرض الفرصة للبنوك والمؤسسات المالية الخاصة الوطنية والأجنبية وكذا فتح الفروع والتمثيلات للبنوك الأجنبية وذلك عن طريق منح الترخيص ثم الاعتماد من قبل مجلس النقد والقرض، سمح هذا الإصلاح بفتح القطاع للاستثمار الخاص لأن توسيع الساحة المصرفية يشكل محور الاهتمام لتحسين الوساطة المالية، الذي سيخلق نوع من المنافسة التحفيزية.

1- الإيعتماد والترخيص للبنوك الخاصة: ابتداء من صدور قانون النقد والقرض أصبح بإمكان البنوك والمؤسسات المالية الأجنبية أن تفتح فروعاً لها بالجزائر وفتح هذا المجال أمام الخواص الجزائريين بشرط خضوعها للقانون الجزائري، وأول هذه الشروط هي طلب الترخيص من مجلس النقد والقرض كما جاء في قانون النقد والقرض، تتشكل هذه البنوك في شكل شركات أسهم.

¹ □ □ □ □ □ □ □ □ 125 .

- يمنح الترخيص في أجل أقصاه شهرين بعد تقديم كل عناصر الملف كما يمكن رفض الترخيص ويمكن أيضا الطعن فيه كما يمكن سحب الترخيص لنفس أسباب سحب الاعتماد وذلك لقرار مجلس النقد والقرض وهذه الأسباب هي:

1- بناء على طلب البنك أو المؤسسة المالية.

2- تلقائيا: عندما لم تعد تتوفر الشروط التي منح على أساسها الاعتماد .

- إذا لم يتم استغلال الاعتماد لمدة 12 شهرا.

- إذا توقف النشاط موضوع الاعتماد لمدة 6 أشهر.

3- كما يجوز للجنة المصرفية سحب الاعتماد كعقوبة تأديبية.

- كما يجب على البنك أو المؤسسة المالية أو الفرع الأجنبي التي تحصلت على الترخيص أن تتقدم بطلب اعتماد لدى المحافظ في أجل لا يتعدى 12 شهرا كما يمنع القيام بأية أعمال مصرفية قبل الحصول على الاعتماد.

2-2- الشروط التي يجب أن تتوفر في مؤسسي البنك أو المؤسسات المالية ومسيرها وممثليها:

لا يجوز لأي كان أن يكون مؤسسا لبنك أو مؤسسة مالية أو عضو في مجلس إدارتها، وأن يتولى إدارة البنك أو المؤسسة المالية، أو تسييرها أو تمثيلها، إذا كان ممن حكم عليهم بـ □ □ □ □ □ □¹:

- □ □ □ □ □ □.

- اختلاس أو غدر أو سرقة أو نصب أو إصدار شيك دون رصيد أو خيانة أمانة.

- حجز عمدي بدون وجه حق ارتكب بمن مؤتمنين عموميين أو ابتزاز أموال □ أو قيم.

- الإفلاس.

- مخالفة التشريع والتنظيم الخاص بالصرف.

- التزوير في المحررات أو التزوير في محررات خاصة تجارية أو مصرفية.

- إخفاء أموال استلمها إثر هذه المخالفات.

- □ □ □ □ □ □ مرتبطة بالمناجزة بالمخدرات وتبييض الأموال والإرهاب.

¹ □ □ □ □ □ □ 11-03 □ □ □ □ □ □ 2003/08/21، يتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية العدد 52 .

- كما يجب أن يكونوا مؤهلين لتأدية وظائفهم بكيفية تجنب البنك أي خسارة وتحمي مصالحه ومصالح الزبائن.

4- أنواع البنوك الخاصة في الجزائر:

لقد حظيت البنوك الخاصة باهتمام التشريع الجزائري وذلك من خلال قانون النقد والقرض الذي صدر في 1990، وتؤكد عندما عدل هذا القانون بالأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، كما أنه وفي قانون ترقية الاستثمارات تدعم مبدأ الاستثمار الحر الخاص والأجنبي في الجزائر فأصدر المرسوم التشريعي بتاريخ 1993/10/05، ويعتبر هذا القانون الضامن الوحيد للمستثمرين الخواص والأجانب عند قيامهم بأي مشروع بخدم الاقتصاد الوطني، وهذا ما شجع المستثمرين الأجانب على إنشاء فروع البنوك الأجنبية ونجد في الجزائر ثلاثة أنواع من البنوك الخاصة.¹

4-1 بنوك خاصة وطنية:

وهي بنوك خاصة ذات رأسمال خاص تعود ملكيتها لأفراد أو شركات تحمل الجنسية الجزائرية . لم يكن هذا النوع من البنوك الخاصة موجودا ، فقد ظل باب الترخيص مقفلا حتى عام 1998 حيث سمحت الدولة بإنشاء بنوك خاصة وأصبح بإمكان المستثمرين الجزائريين الاستثمار في هذا المجال. وبالفعل ظهر عدد من البنوك الخاصة الجزائرية والتي أثبتت وجودها مثل بنك الخليفة والبنك التجاري والصناعي الجزائري ويونين بنك.

4-2 بنوك خاصة أجنبية:

وهي فروع لبنوك خاصة أجنبية تواجدت في الجزائر بغية التوسع في تقديم الخدمات، ومع الانفتاح الذي شهدته الجزائر والذي كان يستهدف جذب الاستثمارات الخارجية فتحت العديد من البنوك الأجنبية ذات السمعة العالمية فروعاً لها في الجزائر وكمثال على ذلك فرع البنك الخاص الأمريكي ، بنك

4-3 البنوك الخاصة المختلطة:

وهي بنوك ذات رأسمال مختلط أجنبي وجزائري، وهو يدخل ضمن الاستثمارات الأجنبية ولكن بالمشاركة مع بنوك وطنية عمومية، وكان هذا النوع من البنوك أول شكل من أشكال البنوك الخاصة التي سمحت لها السلطات والدليل على ذلك بنك البركة الجزائري، وهو مشاركة بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية وبنك البركة الدولي. ويعتبر هذا الفرع من البنوك الأقل خطورة ، لأن الإدارة كانت في أيدي جزائرية.

¹ □ □ □ □ □ □ □ □ مصاريف عن طريق التحديث، مجلة الاقتصاد والأعمال، عدد خاص، ديسمبر 2003 □ 28 .

ولا ننسى أن نشير إلى أن خصوصية البنوك العمومية هي أيضا طريقة من طرق تواجد البنوك الخاصة في الجزائر، وعلى الرغم من أن هذه الطريقة لم تتجسد إلى حد الآن على أرض الواقع، إلا أن التفكير فيها قائم، حيث أنه جرت محاولات وهي:¹

- عملية إعادة هيكلة رأسمال البنوك، ففي عام 1997 اتخذ قرار بخصوصية بنك التنمية المحلية لأنه كان يسجل نتائج سلبية من جهة ومن جهة أخرى اعتبر التنازل عن عدد من الفروع يمكن أن يشكل عامل جذب للمستثمرين الأجانب.

- كما أنه فتح رأسمال القرض الشعبي الجزائري ويعتبر هذا أكثر بنك جاهز للخصوصية وذلك بعد تطهير محفظة وارتفاع الملاءة عنده وقد حقق نتائج إيجابية.

5- قائمة البنوك الخاصة في الجزائر (2004):

5-1 البنوك الخاصة ذات رأسمال وطني:

يوجد في الجزائر بنكين خاصين برؤوس أموال جزائرية وهما:

- الشركة الجزائرية للبنك:

أنشئ في أغلبيته من قبل مستثمرين جزائريين في 28 أكتوبر 1998، يقدر رأسماله ب 700 مليون دج، يقع مقره في حيصة بالجزائر العاصمة.

- البنك العام لحوض المتوسط:

أنشئ هذا البنك في 30 أبريل 2000² في شكل شركة ذات أسهم برأسمال قدره 1 مليار دج مقره الرئيسي في الجزائر العاصمة.

5-2 بنوك خاصة مختلطة:

- بنك البركة الجزائري:³

أنشئ في 1990/03/01 بالمشاركة بين دلة البركة القابضة البحرينية وبنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري بنسبة كانت 49 % لشركة دلة، 51 % BADR لكن الحصص الآن متساوية بنسبة 50 % يقوم هذا البنك بكل الأعمال المصرفية حسب الشريعة الإسلامية، مقره بن عكنون بالجزائر العاصمة.

¹ وهبة خروبي، مرجع سبق ذكره، ص 129.

² La création de la BGM, revue Maghreb développement actualité n°14, aout 1999, p3

³ Ammon Ben Halima, pratique des technique bancaires, référence l'algérie, edition dahlab alger 1997, p35.

البنك المختلط الشامل:¹ أنشأ ذا البنك في 1988/06/19 بين البنك الخارجي الليبي بنسبة 50 % وأربع بنوك عمومية بنسبة 50 % وهي : BNA-BEA-CPA-BADR يقوم بإنجاز كل العمليات البنكية والمالية والتجارية وذلك من أجل ترقية وتنمية التجارة في الدول المغاربية.

5-3 الفروع البنوك العربية:

- الشركة العربية المصرفية (الجزائر)

اعتمدت في 1998/09/24 برأسمال قدره 20 مليون دولار يساهم فيه: * الشركة العربية للبنك ب 70 %.

* فرع البنك العالمي ب 10 % .

* الشركة العربية للاستثمار ب 10 % 0

- الشركة الجزائرية للتأمين ب 5 % .

- متعاملين جزائريين خواص ب 5 % .

- بنك الريان:

أنشأ في 2000/10/08 ، وهو فرع للبنك قطري تم إنشاؤه من قبل مجموعة الفيصل التي مقرها قطر برأسمال قدره 30 مليون دولار مقره الرئيسي بئر مراد رابح الجزائر العاصمة.

- البنك العربي PLC الجزائر: أنشأ في 2001/10/15 وهو فرع لبنك أردني مقره الرئيسي بعمان يقدر رأسماله ب 500 مليون دج .

5-4 فروع لبنوك أجنبية:

_ سيتي بنك: وهو فرع لبنك أمريكي اعتمد □ □ 1998/05/18، يقدر رأسماله ب 500 مليون دج مقره حيدرة الجزائر العاصمة.

- الشركة العامة: أنشأ في 1999/11/4 برأسمال قدره 500 مليون دج مقره الأبيار .

- ناتكسيس بنك: أنشأ في 1999/10/27 □ □ □ □ دمج القرض الوطني والبنك الفرنسي للتجارة الخارجية برأسمال قدره 500 مليون دج مقره الجزائر العاصمة.

- بي أن باري باس الجزائر: فرع لبنك فرنسي أنشأ في 2012/10/31 مقره حيدرة، رأسماله 500 مليون.

¹Banques et établissements financiers in(www.bank-of-algeria.dz)consulté le 14/06/2004 on line .

{ 69 }

ويهدف هذا القانون إلى ما يلي:³

ج- المصارف التجارية الخاصة: إذ فتح قانون النقد والقرض المجال للعديد من المصارف الخاصة للعمل بالجزائر تكريسا لمرحلة اقتصادية ركيزتها الأساسية المنافسة الحرة والعمل وفق آليات اقتصاد السوق حيث تم منح الاعتماد¹.

الفرع الثاني: واقع الخدمات المصرفية في الجهاز المصرفي الجزائري

إن عملية تطوير الخدمات المصرفية أصبح ضرورة ملحة بالنسبة للمصارف الجزائرية على ضوء ما تشهده الساحة المصرفية العالمية في الآونة الأخيرة من خطوات متسارعة نحو التحديث والتطوير، فواقع الحال يشير إلى اعتماد المصارف الجزائرية بشكل رئيسي على الوظائف التقليدية المنحصرة أساسا في مجال تلقي الودائع ومنح القروض وهناك من يقدر عدد الخدمات التي تقدمها المصارف الجزائرية بـ 40 خدمة حين تقوم المصارف العالمية بتقديم أكثر من 360 خدمة مصرفية².

إن الخدمات التي يطرحها الجهاز الجزائري، توصف بأنها خدمات تقليدية ولا تتناسب مع ما هو حاصل في الدول المتقدمة لذلك بدأ التفكير في تحديث الخدمة المصرفية في الجهاز المصرفي الجزائري وذلك يجعلها عصرية ومن بين أهم عناصر التحديث للخدمة المصرفية هي تحديث وسائل الدفع لمختلف أنواعها وجعلها وسائل دفع إلكترونية، حتى يسهل اعتماد الصيرفة الإلكترونية في الجزائر³.

وبالنظر إلى طبيعة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف سواء تعلق الأمر بمدة التحويلات والتخليص أو مجالات التعاملات المصرفية بالمصارف الجزائرية لا تزال تسير وفق الطرق التقليدية في كثير من المجالات كما أن مدة التحويلات لا تزال بعيدة كل البعد عن المعايير الدولية.

فيهذا تبقى المصارف الجزائرية عبارة عن شبائك للدفع عوض أن تكون آليات لدفع الاستثمار □ □ □ □ أهم معرقل للاستثمار إذا أضفنا إليها البيروقراطية والمحسوبية والرشوة ومشكل العقار الصناعي⁴

وتجدر الإشارة أن هذه الخدمات جد محدودة في المصارف الجزائرية نظرا لضعف التعامل بالأدوات المالية الاستثمارية وضعف السوق المالي أي البورصة⁵.

وبتحسين مستوى صيرفة الاقتصاد الوطني تدريجيا سواء بالنظر إلى تكثيف شبكة وكالات المصارف العمومية والخاصة (1301 وكالة في □ □ □ □ 2008) أو عبر عدد الحسابات المفتوحة لفائدة الزبائن.

¹ □ □ □ □ □ □ □ □ الآثار المتوقعة لانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة ودور الدولة في التأهيل الاقتصادي، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، العدد الأول، 2002، □ □ 60.

² صالح صالح، المرجع نفسه، ص 60.

³ جليل نور الدين، الجزائر، 2006 □ □ 02.

⁴ المرجع نفسه، ص 43.

⁵ بريس عبد القادر، تحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية □ □ □ □ □ □ □ □ العلوم الاقتصادية، فرع نقد ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006 □ □ 236.

لكن يدرك النظام المصرفي الجزائري السمعة السيئة التي نسبت إليه بشأن نوعية الخدمات وعدم وجود ثقة
بينه وبين عملائه وهي أخطر مشكلة قد يواجهها المصرف الذي يعتبر مؤسسة تسعى لتحقيق الربح.²

لقد أسرفت النتائج الأخيرة للجهاز المصرفي الجزائري عن المؤشرات التالية:³

وإجمالاً لا تتجاوز الموارد الملتزمة من طرف المصارف منذ 2001 قروضها الداخلية (حقوق على الدولة وقروض للاقتصاد)، وهو الأمر الذي يشهد على الطابع الهيكلي لفائض السيولة في السوق النقدية، على الخصوص، بتواجد فائض الموارد، بالنسبة للسنوات الثلاثة الأخيرة في المصارف العمومية والمصارف الخاصة على حد سواء.

{ 74 }

أما عن هيكل السوق المصرفية فنجد من جانب احتكار هذه المصارف العمومية ل 90% من مجموع السوق المصرفي في الجزائر مقابل 10 % للقطاع الخاص.¹

على العموم وبالرغم من استمرار بعض المصاعب التي تواجه المصارف العمومية في مجال أنظمة المعلومات وتسيير مخاطر القروض، لا سيما المخاطر المتصلة بتركيز المخاطر على المجموعات الخاصة، يبقى النظام المصرفي في الجزائر مستقرا، في الظرف الحالي المتميز بالأزمة المالية الدولية الخطيرة.

إذا لم تنعكس الأزمة المالية الدولية بشكل مباشر على القطاع المصرفي الجزائري الذي لا يعتبر مندمجا بقوة على المستوى الدولي، إضافة إلى ذلك يوجد للمصارف العاملة في الجزائر التزامات جد ضعيفة تجاه الخارج حيث تمثل وضعياتها... أقل من 0.5 % من المجموع الكلي لميزانيتها كما يعتبر تقليص المديونية الخارجية للجزائر قبل مجيء الأزمة المالية عنصر مقاومة بالنسبة للمصارف أمام الصدمات الخارجية.

إن فائض السيولة الذي لا يزال يميز النظام المصرفي في الجزائر منذ 2002 جعل دور المقرض الأخير من طرف بنك الجزائر غير مستعمل، حيث يتدخل بنك الجزائر في السوق النقدية لامتناس فائض السيولة فعليا.

لكن رغم كل ما تم ذكره آنفا، فقد كشف تقرير سنوي لاتحاد المصارف العربية، عن أن القائمة التي تضمنت أكبر ألف مصرف في العالم ولا تتضمن أي بنك جزائري بالرغم من أن المصارف العربية التي تضمنها التقرير بلغ 84 مصروفا، وتضمنت القائمة 17 مصروفا إماراتيا و 11 سعوديا، 09 مصارف بحرينية، 09 مصارف كويتية، 08 مصارف قطرية، 06 مصارف مصرية، 05 مصارف مصرية، 05 مصارف أردنية، 03 مصارف تونسية، و 30 مصرف مغربي، ومصرف ليبي واحد ومصرف سوري واحد.²

المطلب الثالث: مقومات الاقتصاد الجزائري وتحديات الجهاز المصرفي:

لمتلك الجزائر سوقا ملائما، كما أنها تسير في اتجاه تصاعدي ومنتامي، ويؤكد ذلك وجود خمسة عناصر رئيسية أساسية تعكس البيئة الملائمة للاستثمار وتعبئة المدخرات في الاقتصاد الجزائري هذا وتشكل العناصر المحورية للنشاط الاقتصادي في الجزائر ما يلي:³

1- وجود تنظيم اقتصادي متجدد ومستقر.

¹ س يوسفى دراسة متخصصة تنتقد المنظومة البنكية الجزائرية، جريدة الخبر، متاح على الموقع الإلكتروني www.elkhabar.com تاريخ الإطلاع: 2015/03/10.

² زايدي فتيس، البنوك الجزائرية غائبة في قائمة ضمن أكبر 84 بنك في العالم، جريدة النهار الجديد، العدد 2010/12/963، تاريخ الإطلاع: 2012/02/23 <http://www.enahar.online.com>

³ لمنعم محمد الطيحي محمد النيل، مرجع سبق ذكره، ص 120.

3 - وجود سوق مفتوحة للمنافسة الداخلية والخارجية.

5- وجود قطاع مصرفي ومالي يتسم بالتطور والتقدم والتجدد (النسبي) ويسير في اتجاه العصرية والعولمة مع إمكانية إعادة هيكلة.

ترافق الجهد المتواصل للصيرفة وتحديث النظام المصرفي مع تحسن محسوس في صلابة النظام المصرفي في الجزائر 2008 لا سيما فيما يتعلق بالمردودية والملائمة، وهو ما يشهد على مقاومة القطاع المصرفي في الجزائر أمام الأزمة المالية الدولية الخطيرة.¹

فقد بدأت نتائج برنامج تحديث البنى التحتية المالية تصبح فعلية في مجال التنمية المالية، وتوجد العمليات المعالجة من طرف نظام RTGS* بالقيمة في حالة نمو قوي (7.93 % في 2008 في الوقت الذي يعالج فيه نظام المقاصة الإلكترونية عددا متزايدا من العمليات 32.9 مليون عملية في 2008 في 93.6 مليون دينار تونسي). (2007)

.85 . . .¹

{ 78 }

- ### المطلب الرابع: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وفوائد اعتمادها

- أن يكون هناك عدد كبير من الزبائن المشتركين في شبكة الأنترنت.²

2 محمد بوزيان ، عائشة بلحش، مداخلة بعنوان الإلكترونية في الجزائر: الفرص والتحديات الاقصادية في الجزائر والممارسة التسويقية، معهد علوم التسيير ،المركز الجامعي، بشار، المنعقد يومي 20-21 أفريل 2004 . 10

ومن أكبر المشاكل التي تعترض الانتشار الواسع لخدمات الإنترنت في الجزائر هو هيمنة اتصالات الجزائر على الخدمة، ورغم عدم وجود عدد كبير من مزودي خدمات الإنترنت إلا أنهم جميعا يعملون من خلال اتصالات الجزائر كما أن أسعار الهاتف الثابت شهدت ارتفاعا ضخما خلال فترات وجيزة مما أثر سلبا على انتشار خدمة الإنترنت، ناهيك عن بطئ الشبكة الذي يعاني من أغلب المستخدمين وهو الأمر الذي أدى بالجمعية الجزائرية لممولي الدخول لشبكة الإنترنت للتدبير بما أسمته احتكار خدمات الإنترنت من طرف اتصالات الجزائر التي تبقى مهيمنة وحدها وتقدم أسعار مرتفعة في ظل غياب أي شركات منافسة¹.

ونظرا لاتساع التكنولوجيا الرقمية بين الجزائر وباقي دول العالم ارتأينا أن نقارنها مع مثيلاتها من الدول العربية، إذ وبالنظر إلى مجموعة إحصائيات لـ 18 دولة عربية من حيث عدد مستخدمي الإنترنت ونسبتهم إلى عدد السكان وإلى غاية 2010/06/30 تم تسجيل النتائج كالتالي:

جدول رقم (2-1): مستخدمي الإنترنت في الجزائر بالمقارنة مع مثيلاتها من الدول العربية

المرتبة (بالنسبة لعدد مستخدمي الإنترنت)	المرتبة بالنسبة للنسبة من عدد السكان	الدولة	عدد مستخدمي الإنترنت (نسمة)	% من عدد السكان
01	12	مصر	17.060.000	21.2%
02	10	المغرب	10.442.500	33%
03	07	السعودية	9.800.000	38.1%
04	15	الجزائر	4.700.000	13.6%
05	16	السودان	4.200.000	10%
06	13	سوريا	3.935.500	17.7%
07	02	الإمارات	3.777.900	75.9%
08	08	تونس	3.600.000	34%
09	08	الأردن	1.741.900	27.2%
10	05	عمان	1.236.700	41.7%
11	06	الكويت	1.100.000	39.4%
12	11	لبنان	1.000.000	24.2%
13	01	البحرين	649.300	88%

¹ آيت زيان كمال حورية آيت زيان، **الصيرفة الإلكترونية في الجزائر** المؤتمر العلمي الخامس بعنوان: نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، المنظم بجامعة فيلادلفيا، كلية العلوم الإدارية والمالية، عمان، الأردن والمنعقد يومي: 4-5 جويلية 2007.

14	03	قطر	436.000	51.8%
15	03	اليمن	420.000	1.8%
16	15	فلسطين	356.000	14.2%
17	17	الكويت	353.900	5.5%
18	18	العراق	345.000	1.1%

المصدر: من إنجاز الطلبة بالاعتماد على إحصائيات من موقع

2015/03/12 تاريخ الاطلاع world stab.comhttp://www.internet

مما سبق نلاحظ أن الجزائر احتلت المرتبة الرابعة بعد كل من

مصر، المغرب، السعودية: 4700.00 مستخدم، أي ما يشكل حوالي 13.6 % من إجمالي السكان وهي النسبة التي على أساسها احتلت المرتبة 15 من بين 18 دولة وهي المرتبة الأكثر تعبيرا والتي تعتبر رتبة متأخرة بالمقارنة مع مثيلاتها من الدول العربية، بالنظر إلى الإمكانيات التي تحوز عليها الجزائر. ونجد من أهم الانعكاسات الإيجابية التي ستعكس على الاقتصاد الوطني جراء اعتماد التجارة الإلكترونية ما

- فتح آفاق أوسع أمام المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، خاصة تلك التي تعاني من مشاكل صعوبة النفاذ إلى أسواق عالمية نتيجة صغر حجمها وانخفاض مواردها، وبالتالي فإن المؤسسة الصغيرة غير المعروفة حتى على المستوى المحلي يمكننا أن نفتتح أمامها آفاق واسعة على المستوى العالمي.

- فضعف معدل التواصل مع العالم الخارجي، أدى إلى عزلة شركائنا فهي غير ظاهرة في الأسواق الخارجية، لا تؤثر في السوق المحلية².

- الاستفادة من الخدمات والسلع الأجنبية والتكنولوجيا المتطورة ، وبالتالي توفر إمكانية إخراج الاقتصاد الوطني من تخلفه وإعطائه قدرة تنافسية أكبر.³

-تطور الصادرات خارج المحروقات،حيث أن منتجات جزائرية ستجد طلبا لها في السوق العالمي،إذ أن نقص الاستثمار الدولي للسلع الجزائرية يجعلها مجهولة كما أن إمكانيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال [] تحسين القدرة التنافسية لا تزال غير معروفة لدى معظم رؤساء شركاتنا.⁴

¹ دكتور في الاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2006، ص 113.

² اللجنة الإلكترونية، الجوائز الإلكترونية 2013، ملخص، ديسمبر 2008.

113

⁴ اللجنة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره ص 109.

المبحث الثالث: انعكاسات تطور الخدمات المصرفية على النظام المصرفي:

إن لتطور الخدمات المصرفية، وظهور عدة اتجاهات حديثة في هذا المجال تختلف عن تلك التي عهدت المصارف على تقديمها لها عدة انعكاسات على القطاع المصرفي بصفة عامة، كون أن القطاع المصرفي يكتسي أهمية بالغة في أي دولة لذا سنحاول في مبحثنا هذا الوقوف على أهم هذه الانعكاسات.

المطلب الأول: انعكاسات تطبيق التقنيات الحديثة على المصارف:

أفادت تطبيق التقنيات الحديثة في المصارف التجارية في الدول الصناعية في تحقيق أربع أهداف رئيسية:¹

1- التعامل بكفاءة مع النمو الهائل المتسارع..... العملاء بالمصارف:

أي تحقيق كفاءة التعامل من الناحية المحاسبية بدون زيادة عدد الموظفين مع تحقيق السرعة في إنجاز المعاملات المصرفية.

2- تحقيق التكلفة الحقيقية لعمليات المدفوعات وإجراء المقاصة فيما بين الشبكات التي تمثل هذه المدفوعات:

فقد ازداد استخدام الشبكات كأداة المدفوعات زيادة ضخمة عقب الحرب العالمية الثانية وتقلص استخدام التكنولوجيا إلى حد ما وبالتالي أدى إدخال الكمبيوتر إلى خفض المعاملات الورقية. □ □ □ هائلا وخفض تكلفة إرسال الشيكات من فرع إلى آخر ومن مصرف إلى آخر، وتكلفة العمالة المرتبطة بفرز وقراءة وقيد هذه الشيكات يدويا.

3- تحرير العملاء من قيود الزمان والمكان: إذ كان من المعتاد في الماضي أن يتعامل هؤلاء العملاء مع مصارفهم داخل مقرها وخلال مواعيد العمل الرسمية بها في حين أصبح الآن في وسع العملاء المصارف أن يتعاملوا معها في أي وقت ودون الحاجة إلى الانتقال إلى مقر هذه المصارف، وقد لبي احتياجات هؤلاء العملاء تطور التقنية التي عرفت بالخدمات المصرفية المنزلية على سبيل المثال.

4- تمكين المصارف من تقديم خدمات لعملائها لم تكن معروفة لهم من قبل: وبالتالي أتاحت لهؤلاء العملاء الاستفادة من فرص أفضل لتوظيف أموالهم، إذ أنهم أصبحوا أكثر وعيا ودراية بما يجري في مختلف الأسواق النقدية والمالية وأصبح الآن من الصعب على المصارف إقناع عملائها بأن الأسعار المعروضة عليهم تعتبر أسعارا منافسة خاصة أنه قد أصبح في إمكانهم الوقوف وسرعة على الأسعار المعروضة في أماكن أخرى من العالم بسبب ثورة المعلومات التي أتاحت التقنيات الحديثة.

¹ □ □ □ □ أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2001 □ □ □ 291-293 □ □ □ .

مصدر البطاقة ليقوم الأخير بالتحويل تلقائياً،... القيمة على حساب عميله الذي يكون قد تهرب بدوره من القيود التي قد تكون مفروضة على التحويلات.

2- غسيل الأموال من خلال البورصات: إذ وعن طريق تكوين محفظة استثمارية يديرها وسيط مالي مصرف، مؤسسة مالية... ثم يقوم الوسيط بتنفيذ عمليات داخلية على الأوراق المدرجة في تلك المحفظة بحيث يرفق أوامر البيع والشراء بأسعار مغرية، ليتم من خلالها دخول أموال جديدة إلى تلك المحفظة.²

كما أن لشبكات الكمبيوتر دورا بارزا خلال السنوات الأخيرة في تسهيل عمليات غسيل الأموال، وذلك من خلال الأنترنت الذي يعتبر أحدث طرق غسيل الأموال المشبوهة خاصة أنه أسهل استخداما وأيسر في التعامل مع المصارف فبضغطه زر تفتح لهم أفاق الدخول في حسابات وأنشطة مالية ومصرفية مع أي جهة أو مؤسسة تشاء.

¹ محمد سعيان، تحليل وتقييم دور البنوك في مكافحة غسيل الأموال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 49-50.

3 محمد محمد سعيفان، مرجع سبق ذكره، 45.

لذا يجب الحذر من الخدمات المقدمة على الشيكات وجعلها ضمن المعقول لا تقدم إلا لعملاء المصرف المعروفين وضمن سقفاً محددة لإجراء مثل هذه التحويلات وخاصة التحويلات الخارجية.¹

5- الخدمات المصرفية الخاصة: والتي يجب على العميل فيها لإيداع مبلغ ضخم يصل إلى مليون دولار أو أكثر ويتم تعيين مسؤول خدمات خاصة عن عمليات العميل مع المصرف وبذلك تنشأ علاقة شخصية بين العميل ومسؤول الخدمات الخاصة ويصبح بذلك المسؤول في موقف المصالح المتعارضة بين خدمة العميل وخدمة المصرف، مما يؤدي إلى أن يصبح المسؤول مستشاراً للعميل، ومن خلال خبرتهما يستطيعان تفتادي الضوابط الرقابية ومنها عمليات غسل الأموال.²

والعملاء ذو الخدمات المصرفية الخاصة هم الأثرياء وأصحاب النفوذ الاقتصادي السياسي مما يجعل مسؤولي المصرف يتخرجون من توجيه الأسئلة إليهم وما يزيد الأمر تعقيداً السرية المصرفية وإنشاء شركات مما يصعب التعرف على أصحاب الحسابات الحقيقية ويمكننا أن نحصر ما أدى إلى نمو هذه الظاهرة فيما يلي:³

1- بيئة محلية موالية: أي أنه عندما تكون مثل هذه البيئات ذات مستويات منخفضة للدخل، وبالذات الأجهزة الحكومية، وكذلك انخفاض مستوى الوعي الثقافي والاجتماعي، ولا يوجد الحرص الكافي في حماية أموال المجتمع وعدم توفر قوانين وتشريعات رادعة للجرائم وسوء الإدارة أو عدم توفر الإدارة السليمة والرشيدة في إدارة أموال الدولة والقطاع الخاص.

كما أن للتوسع والانفتاح في القطاع المالي لبعض الدول، وتوسعه فيما بعد يفوق في سرعته سرعة تطور الأجهزة الرقابية الوطنية وكذلك التشريعات واللوائح، كل هذه الأمور تجعل الظاهرة تتوسع وتنتشر بسرعة في تلك البيئة.

2- بيئة دولية موالية: إن موضوع فتح الأسواق المالية وعمليات التحرير المالي السريعة، وكذلك تحرير رؤوس الأموال بين الدول، ساعدت على إيجاد قنوات جديدة مكنت مرتكبي جرائم غسل الأموال من الاستفادة، وقيامهم بتحريك وتحويل ونقل أموالهم بين الدول المختلفة ويعتبر القطاع المالي والمصرفي من أكثر القطاعات الاقتصادية تعرضاً لمثل تلك الجرائم.

3- بيئة تكنولوجية موالية: إن عالم العولمة والتغيرات التكنولوجية المتسارعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كانت ولا زالت من البيئات الأساسية في عمليات غسل الأموال من خلال القطاعات المالية

¹ محمد محمد سعيغان □ □ □ □ □ □ □ □ 46 .

² محمد محمد سعيغان □ □ □ □ □ □ □ □ 46-47 .

³ صادق رشيد الشمري، مرجع سبق ذكره، □ □ 149-150.

والمصرفية، لكون أن التحسن والتطور الكبير في أساليب ارتباط هذه المؤسسات دولياً ببعضها البعض وبأساليب ربط الأسواق المالية ببعضها البعض.

كما ترتبط أيضاً بتنوع الأدوات المالية المستحدثة في الخيارات والمستقبلات والمشتقات إضافة إلى استخدام تقنيات التعامل عن بعد مع بعض القطاعات المالية مثل استخدام شبكات الصراف الآلي في المصارف واستخدام النقود البلاستيكية من ذلك لا يمكن تعقب مصدر تلك الأموال أو عائدتها لأنها باتت تتحمل أرقاماً سرية مشفرة وبإمكانها أن تمر بعدد من الإجراءات والخطوات قبل أن تدخل إلى الدورة الاقتصادية لذلك البلد.

حيث أنها تمر عبر الجهاز المصرفي لدولة أخرى ومن ثم تدخل لدولة أخرى تم تدخل في نشاط استثماري لدولة ثالثة وهذا بالضرورة يؤدي إلى صعوبة اكتشاف هذه الأموال من قبل الجهات المختصة.

المطلب الثالث: آثار الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية

إن للاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية والمصارف بصفة عامة عدة آثار تنعكس على المصارف بشكل خاص وعلى الاقتصاد الوطني بشكل عام وذلك بالإيجاب أو بالسلب وذلك في حالة تطبيقها كما سنحاول تبين آثار عدم الأخذ بهذه الاتجاهات ومنه سنحاول في مطلبنا هذا إبراز بعض من هذه الانعكاسات التي تترتب على أبرز الاتجاهات الحديثة للخدمة المصرفية:

1- الاندماج المصرفي: من الملاحظ أن عمليات الاندماج المصرفي تمتد آثارها الإيجابية والسلبية إلى الاقتصاد القومي ككل فمن الناحية الإيجابية فهي تزيد من قدرة المصرف الجديد على تصدير الخدمات المصرفية إلى الخارج وبالتالي زيادة الربحية على مستوى المصرف بصفة خاصة وعلى المستوى القومي بصفة عامة وبالتالي تحسن ميزان المدفوعات.¹

كما يعمل المصرف الجديد على توفير استراتيجية اقتصادية دفاعية قوية تكون إلى جانب مؤسسات مصرفية قوية تستخدمها السلطات الرقابية للإشراف على إنقاذ مؤسسات مصرفية أخرى ضعيفة، وذلك من خلال العمل على دمجها وبالتالي ينتج عنها ظهور كيانات مصرفية ومالية ضخمة يكون لها دور هام في تكوين المشروعات الكبرى والمساهمة بقدر كبير في توفير الموارد المالية الضخمة التي تحتاجها هذه المشروعات، هذا ما ينعكس إيجاباً على قوة وفعالية النظام المصرفي بشكل خاص وعلى الاقتصاد القومي بشكل عام.²

¹ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، دار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2001، □ 170.

² محمد السعيد علي جويلي، إمكانيات رفع كفاءة أداء البنوك العامة المصرية في ظل المتغيرات الدولية الجديدة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين الشمس، القاهرة، مصر، 2007، □ 179.

- انخفاض تكلفة أداء الخدمات المصرفية على الشبكة إن تكلفة الخدمات المصرفية عبر الأنترنت

5. ناظم محمد نوري الشمري، وعبد الفتاح زهير العبدلات، الصيرفة الإلكترونية، الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، دار النشر: دار النشر للطباعة والنشر، بغداد، 2008، ص 40-42.

وفي دراسة وجد "كريس 2005" أنه وفتح حساب علينا الذهاب إلى الفرع، وذلك يكلف 65 □ □ □ □ فتح حساب من خلال الأنترنت فهي 15 فقط، هذا بالإضافة إلى أن المصرف يقوم بالتنسيق لباقي خدماته التي يقدمها عبر الأنترنت في نفس الوقت¹.

- الازدياد المفرط لاستخدامات الشبكة/إذ تشير الدراسات إلى أن عدد مستخدمي الأنترنت ممن لديهم حسابات شخصية في 2005 هو 765 مليون نسمة.

- تعدد وسائل الدخول إلى الشبكة فمن الممكن لمستعمل الهواتف الجوال GSM القدرة على الدخول إلى الشبكة، أو مشاهدي التلفاز الرقمي بالمنزل أو المكتب وغيرها.

- مشاكل النقل والازدحام داخل المدن عموما والمدن الكبرى خصوصا وبالتالي يفضل العديد من العملاء إتمام عملياتهم عبر الشبكة من المنزل أو المكتب.

- تناقض ربحية العمليات المصرفية التقليدية هناك تناقض في ربحية المصارف، ويعود ذلك لعدة أسباب أهمها:

- انفتاح العديد من عملاء المصارف على الأسواق المالية العالمية مما يمكنهم من القيام بعدد من عمليات الوساطة التي كانوا يلجؤون إلى المصارف للقيام بها.

- تقليص الفارق بين الفائدة المدينة والدائنة وزيادة النفقات والتكاليف للمصارف نتيجة الموجات التضخمية مما يساعد على الاستثمار في الخدمات عبر الأنترنت.

- التجول من البطاقات الممغنطة إلى البطاقات الذكية: وذلك في إطار مكافحة النصب والاحتيال، وفي نطاق تطبيق المواصفات العالمية (EMV) VISA - MASTER CARD - EURO CARD للبطاقات المصرفية التي حولت كافة البطاقات الممغنطة إلى البطاقات الذكية، مما يسهل القيام بالأعمال عبر الأنترنت.

- مواجهة المنافسة العالمية: وذلك في ظل مقررات منظمة التجارة العالمية وتحرير الخدمات المالية واتجاه المصارف نحو تقديم خدماتها عبر الأنترنت.

- استقطاب رؤوس الأموال الخارجية: فالإنترنت خير قناة لاستقطاب رؤوس الأموال والترويج لاستثماراتها مما يعظم فرص الربحية.

ولكن هناك عدة معوقات لاستخدام الصيرفة الإلكترونية، ومن أهم هذه المعوقات التي تحول دون استخدام الصيرفة الإلكترونية من قبل العملاء²:

¹ جليل نور الدين □ □ □ □ □ □ □ □ 40 .

² نظام محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير، مرجع سبق ذكره، ص 185 .

- عدم توفر الأمان والسرية على استخدام القنوات الإلكترونية.
- صعوبة الاستخدام □□□ صعوبة اللغة أو عدم توفر النشرات الإرشادية.
- قلة الثقة في استخدام الصيرفة الإلكترونية والقناعة بالتعامل مع الفروع مباشرة.
- عدم توفر المهارات اللازمة لاستخدام الخدمة (مثل عدم المعرفة باستخدام الأنترنت).
- استخدام الصيرفة الإلكترونية ينطوي على تلاعب من قبل المصرف مثل فرض عمولات أو رسوم إضافية.
- عدم توفر الأجهزة اللازمة لاستخدام القنوات الإلكترونية مثل عدم توفر حاسوب.
- عدم المعرفة بفوائد القنوات الإلكترونية.
- وجود قيود على الخدمة مثل تحديد يقف أعلى للسحب النقدي.
- ضعف تسويق الخدمات المصرفية من قبل المصرف.
- وجود خدمات مصرفية لا يمكن تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية مثل الاعتماد المستندي، الكفالة، تحميل البواليص.
- 3- **المصارف الشاملة:** يلاحظ أن عدم الأخذ بالمفهوم الحديث للخدمة المصرفية في المصارف قد يؤدي إلى مجموعة من المخاطر من أهمها:¹
 - انخفاض القدرة التنافسية للمصرف وما لذلك من تأثير على انخفاض أرباحه وزيادة مخاطره.
 - قد تبتعد التعاملات المالية للأفراد والمنظمات عن الجهاز المصرفي وخصوصاً مع تعاظم دور شبكة الأنترنت كوسيلة مالية وثيقة عالمية.
 - يتأثر اقتصاد الدولة بانخفاض مستوى أداء الجهاز المصرفي، فكلما نشط الجهاز المصرفي كلما انعكس ذلك على زيادة المبادلات المالية في الاقتصاد، ومن ثم زيادة نمو الدخل القومي بدرجة كبيرة.

¹ محمد عبد الفتاح الصيرفي، □□□□□□□□□□، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006 □ □ 18.

خاتمة الفصل الثاني:

من خلال هذا الفصل، وجدنا أن الجزائر أولت أهمية كبيرة بجهازها المصرفي من خلال قيامها بعدة إصلاحات في هذا المجال على اعتبار أن جهازها المصرفي يعكس الواقع الاقتصادي للبلد، ويقوم بتمويله إلا أنه تعرض لمجموعة تحديات وحتى تواكب التطور التكنولوجي الحاصل، قصد منافستها للبنوك الأخرى المحلية منها والأجنبية، استخدمت التجارة الإلكترونية قصد توفير خدمات جديدة وتسهيل طرق تأديتها بغية جلب عدد كبير من الزبائن.

ظهرت انعكاسات شتى للخدمات المصرفية المتطورة على النظام المصرفي، أصبح ينظر إلى المصارف المتطورة على أنها مصارف المستقبل خاصة بعد الأزمة العالمية وجعلها قادرة على أن تقدم كل أنواع المنتجات والخدمات المصرفية التي تحتاجها بيئة البلد الم... والاستجابة السريعة.

الفصل الثالث

دراسة ميدانية لبنك الفلاحة

والتنمية الريفية

-وكالة ميلا-

مقدمة الفصل:

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية أحد البنوك التجارية العمومية البارزة □□ الوطن والمباقة دوماً إلى □□□□ الجهود في تحسين خدماته ، لهذا وقصد استكمال الدراسة النظرية □□□□ بدراسة ميدانية □□ إحدى وكالاته الواقعة بولاية □□□□ للتعرف □□□□ وضعية الخدمات داخل البنك ومدى تأثيرها □□□□ □□□□ البنك بالزبون وقصد الوصول إلى الأهداف المسطرة □□□□ بتقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث بحيث تناول المبحث الأول □□□□ حول الوكالة البنكية □□□□ الدراسة □□ التطرق إلى نشأة وتطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية، أما المبحث الثاني فتناول أساليب ووسائل تطوير السياسات المتبعة من أجل تحسين الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية _ وكالة □□□□ وفي المبحث الثالث □□□□ بتقييم تطور الخدمات المصرفية □□ بنك الفلاحة و التنمية الريفية _وكالة □□□□ .

المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية :

إن بنك الفلاحة والتنمية الريفية لم يبقَ بمنأى عن الحركية التي يشهدها القطاع المصرفي المحلي والعالمي. حيث بذل مسؤولو البنك جهودا معتبرة قصد تحقيق الشروط التي تقتضيها ممارسة النشاط المصرفي، والسعي إلى تقوية مركزه في الوسط المصرفي سواء بالانتشار الجغرافي أو بتوسيع وتنويع مجال تدخله. وعليه فإننا سنتطرق من خلال هذه المبحث إلى دراسة شاملة لإظهار الآتي:

- نشأة بنك الفلاحة ومراحل تطوره.

- أهداف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

- لمحة عن وكالة ميلة.

المطلب الأول: نشأة ومراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

أولا: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

أنشئ بنك الفلاحة والتنمية الريفية في إطار سياسة إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري بموجب مرسوم رقم 82-106 المؤرخ في 13 مارس 1982¹. وذلك بهدف المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي، وترقيته ودعم نشاطات الصناعات التقليدية والحرفية والمحافظة على التوازن الجهوي، وفي هذا الإطار قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتمويل المؤسسات الفلاحية التابعة للقطاع الاشتراكي، مزارع الدولة والمجموعات التعاونية، وكذلك المستخدمين الفرديين للثروة الزراعية، مزارع القطاع الخاص، تعاونيات الخدمات، والدواوين الفلاحية والمؤسسات الفلاحية الصناعية، إلى جانب قطاع الصيد البحري.

وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعد عام 1968 إلى شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 22 مليار دج، مقسم إلى 2200 سهم بقيمة 1.000.000 للسهم الواحد، ويرتفع في بداية سنة 2000 إلى 33 مليار دج موزع على 33000 سهم مكتتبه كلها من طرف الدولة.

ولكن بعد صدور قانون النقد والقرض في 14/04/1990 والذي منح استقلالية أكبر للبنوك وألغى من خلاله نظام التخصص، أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية والمتمثلة في منح التسهيلات الائتمانية وتشجيع عملية الإدخار والمساهمة في التنمية، ولتحقيق أهدافه والاستعداد للمرحلة الراهنة وصنع البنك إستراتيجية شاملة من خلال التغطية الجغرافية

¹ مرسوم رقم 82-106 المؤرخ في 13 مارس 1982 المتعلق بإنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الجريدة الرسمية، العدد 11 1982/03/16 .

لكامل التراب الوطني بأكثر من 300 وكالة مؤطرة بأكثر من 700 موظف، والقيام بتنويع منتجاته وخدماته المتضمنة أبعاد الجودة الشاملة، وهذا بغية اكتساب ميزة تنافسية تؤهله لمنافسة البنوك الخاصة والأجنبية التي تزاول نشاطها في السوق المصرفية الجزائرية.

□ □ □ □ :مراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

مر بنك الفلاحة والتنمية الريفية في تطوره بثلاث مراحل رئيسية هي:¹

1- مرحلة 1982-1990:

خلال هذه المرحلة انصب اهتمام البنك على تحسين موقعه في السوق المصرفية، والعمل على ترقية العالم الريفي عن طريق تكثيف فتح الدعامات البنكية في المناطق ذات النشاط الفلاحي، حيث اكتسب تربة كبيرة في مجال تمويل القطاع الفلاحي والصناعات الغذائية. هذا التخصص في مجال التمويل فرضته آلية الاقتصاد المخطط الذي اقتضى تخصص كل بنك في تمويل قطاعات محددة.

2- مرحلة 1991-1999:

بموجب قانون النقد والقرض الذي ألغى من خلاله التخصص القطاعي للبنوك المطبق من قبل إطار الاقتصاد الموجه، توسع نشاط بنك الفلاحة والتنمية الريفية ليشملا مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني خاصة قطاع الصناعات الصغيرة والمتوسطة مع بقائه الشريك ذو الأفضلية الكبيرة في تدعيم وتمويل القطاع الفلاحي، أما في المجال التقني فقد شهدت في هذه المرحلة إدخال وتعميم استخدام الإعلام الآلي عبر مختلف وكالات البنك، كما شهدت هذه المرحلة العديد من الإجراءات كانت تصب عليها في تطوير نشاط البنك، للإشارة فقط فقد شهدت هذه المرحلة ما يلي:

- 1991: تم الانخراط في نظام سونيت (عبارة عن شبكة اتصالات أنشأت عام 1973 مقرها بلجيكا، تستخدم وسائل الاتصال الحديثة لتبادل الرسائل بين البنوك لتسهيل عمليات التجارة الخارجية).

- 1992: تم وضع نظام Sybu (شبكة معلوماتية خاصة ببنك بدر تربط الوكالات البنكية بالمديرية العامة، تساعد على أداء العمليات المصرفية من خلال ما يسمى (Télétraitement إلى جانب تعميم

استخدام الإعلام الآلي في كل عمليات التجارة الخارجية خاصة في مجال فتح الإعتمادات المستندية التي أصبحت معالجتها لا تتجاوز 24 ساعة).

- 1993: الانتهاء من إدخال الإعلام الآلي في كل العمليات المصرفية على مستوى شبكات البنك.

¹ المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة ميلة.

- 1994: بدء العمل بمنتج جديد يتمثل في بطاقة السحب بدر.
- 1996: إدخال نظام المعالجة عن بعد لجميع العمليات المصرفية في وقت حقيقي.
- 1998 :بدء العمل ببطاقة السحب ما بين البنوك (La care inter bancaire (CIB
- 3- مرحلة 2000-2014:

تميزت هذه المرحلة بمساهمة بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك العمومية في تدعيم وتمويل الاستثمارات المنتجة ودعم برنامج الانتعاش الاقتصادي والتوجه نحو تطوير قطاع التجارة الخارجية وفقا لتوجهات اقتصاد السوق، إلى جانب توسيع تغطيته لمختلف مناطق الوطن وذلك عن طريق فتح المزيد من الوكالات.

وللتكيف مع التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي يعرفها البلد، واستجابة لاحتياجات ورغبات العملاء، قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوضع برنامج على مدى 5 سنوات يتمحور أساسا حول عصنة البنك وتحسين أدائه والعمل على تطوير منتجاته وخدماته، بالإضافة إلى تبنيه استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل المصرفي، هذا البرنامج الطموح حقق نتائج هامة.

المطلب الثاني: أهداف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية¹:

بحتم المناخ الاقتصادي الجديد الذي تشهده الساحة المصرفية المحلية والعالمية على بنك الفلاحة والتنمية الريفية أن يلعب دورا أكثر ديناميكية وأكثر فعالية في تمويل الاقتصاد الوطني من جهة، وتدعيم مركزه التنافسي من جهة أخرى. وأمام كل هذه الأوضاع وجب على المسؤولين إعادة النظر في أساليب التنظيم وتقنيات التسيير التي يتبعها البنك والعمل على ترقية منتجاته وخدماته المصرفية، وفي هذا الصدد لجأ بنك الفلاحة والتنمية الريفية مثله مثل البنوك العمومية الأخرى إلى القيام بأعمال ونشاطات متنوعة على مستوى عالي من التطور موصول إلى استراتيجية تجعله مؤسسة مصرفية كبيرة وشاملة.

أولا: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية :

من أهم الأهداف المسطرة من طرف إدارة البنك في المدى القصير والمتوسط ما يلي:

- توسيع وتنويع مجالات تدخل البنك كمؤسسة مصرفية شاملة.
- توسيع نوعية وجودة الخدمات.

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة ميله .

- تحسين العلاقات مع العملاء.

- الحصول على أكبر حصة من السوق.

- تطوير العمل المصرفي قصد تحقيق أقصى قدر من الربحية.

وبغية تحقيق تلك الأهداف قام البنك بتهيئة الشروط للانطلاق في المرحلة الجديدة التي تتميز بتحويلات هامة نتيجة انفتاح السوق المصرفية أمام البنوك الخاصة المحلية والأجنبية، حيث قام البنك بتوفير شبكات جديدة ووضع وسائل تقنية حديثة وأجهزة وأنظمة معلوماتية، كما بذل القائمون على البنك مجهودات كبيرة لتأهيل موارده البشرية، وترقية الاتصال داخل وخارج البنك، مع إدخال تعديلات على التنظيمات والهياكل الداخلية للبنك تتوافق مع المحيط المصرفي الوطني واحتياجات السوق.

كما سعى البنك إلى التقرب أكثر من العملاء وهذا بتوفير مصالح تتكفل بمطالبهم وانشغالاتهم والحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات الخاص باحتياجاتهم، وكان البنك يسعى لتحقيق هذه الأهداف بفضل قيامه بالمهام التالية:

- رفع حجم الموارد بأقل تكاليف.

- توسيع نشاطات البنك فيم يخص التعاملات.

- تسير صارم لخزينة البنك بالدينار والعملة الصعبة.

□ □ □ □ □ □ □ □ : مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

وفقا للقوانين والقواعد المعمول بها في المجال المصرفي، فإن بنك الفلاحة والتنمية الريفية مكلف بالقيام بالمهام التالية:

- تنفيذ جميع العمليات المصرفية الإعتمادات المالية على اختلاف أشكالها طبقا للقوانين والتنظيمات الجاري بها العمل.

- تنمية موارد واستخدامات البنك عن طريق ترقية عمليتي الادخار والاستثمار.

- إنتاج خدمات مصرفية جديدة، مع تطوير المنتجات والخدمات القائمة.

- تطوير شبكته ومعاملاته النقدية.

- تقسيم السوق المصرفية والتقرب أكثر من ذوي المهن الحرة، التجار والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- الاستفادة من التطورات العالمية في مجال العمل المصرفي.
- وفي إطار سياسة القروض ذات المردودية يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالمهام التالية:
- تطوير قدرات تحليل المخاطر.
- إعادة تنظيم إدارة القروض.
- تحديد ضمانات متصلة بحجم القروض وتطبيق معدلات فائدة تتماشى وتكلفت الموارد.

المطلب الثالث: لمحة عن المجمع الجهوي □ □ □ □ □ □ وكالة ميله:

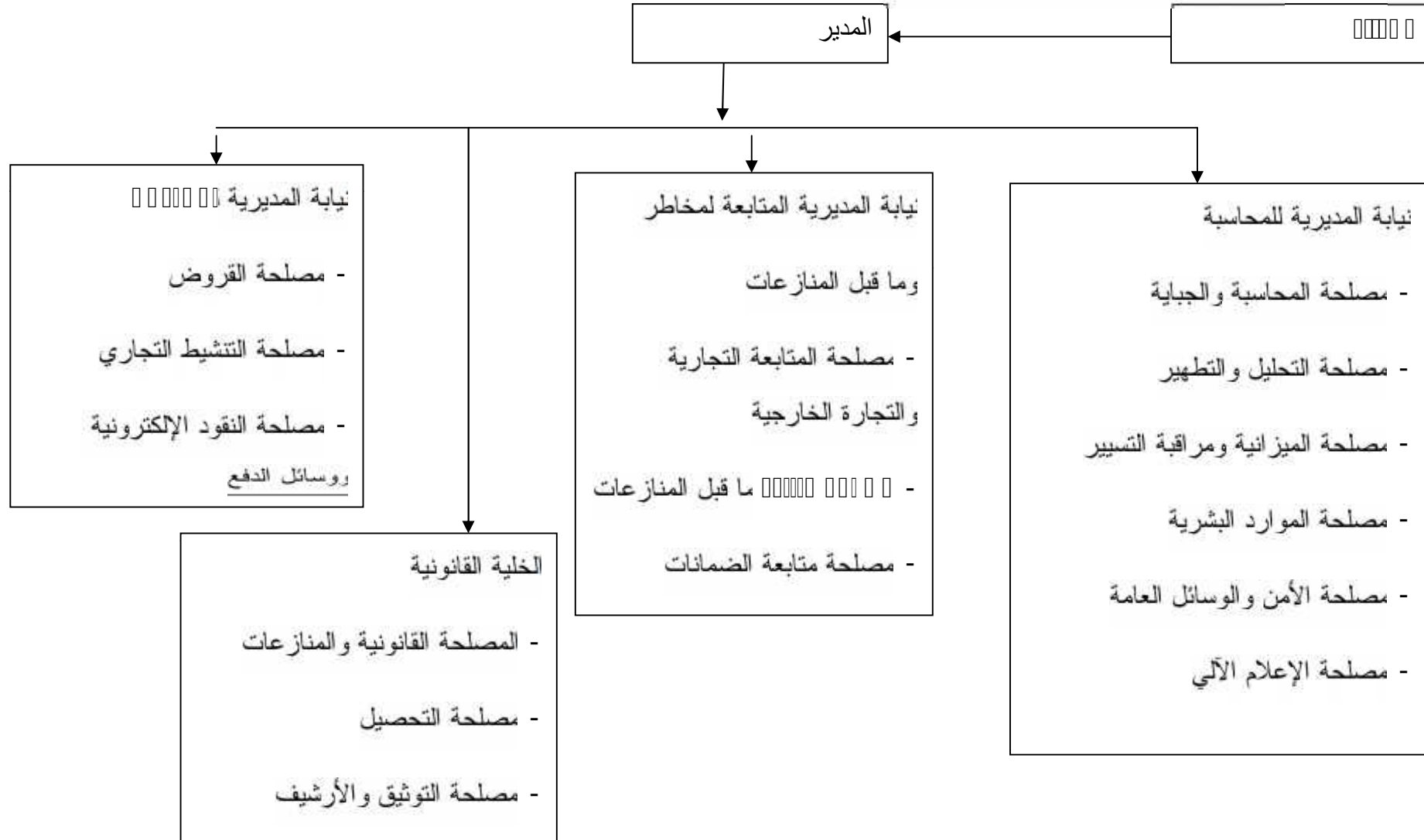
أولا: وكالة ميله:

تقرر إنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية بموجب مرسوم 13 مارس 1982 ولعدم توفر البنك على مقر خاص به، فقد كان البنك الوطني الجزائري يقوم بكل العمليات الخاصة بالقطاع الفلاحي نيابة عنه إلى أن افتتحت هذه الوكالة في التاريخ المذكور سابقا، وبعد انتقال البنك الوطني إلى مقر جديد حل BADR □ □ □ □ وأصبح البنكين يعملان بشكل مستقل، كانت بلدية ميله سابقة لولاية قسنطينة لكن بعد التقسيم الجديد للجزائر □ □ □ 1982 أصبحت هذه الوكالة تابعة لولاية ميله مما زاد أهميتها خاصة وأن الولاية تتميز بالطابع الفلاحي، وأصبح يقدم قروض لكافة الفلاحين والتجار الحرفيين، كما أن البنك يشمل 9 وكالات أخرى موزعة على مستوى الولاية كالآتي:

□ □ □ □ 834 القرارم 837 فرجيوة 673 شلغوم العيد 833 راد □ □ □ □ □ □ 840 التلاغمة 841 راد النجاء 842، تاجنانت 843 وهناك وكالة جديدة هي الرواشد 835 .

ثانيا: الهيكل التنظيمي للمجمع الجهوي للإستغلال - 055 -

الشكل (3 - 1): الهيكل التنظيمي للمجمع الجهوي للإستغلال - 055 -



تنظم وكالة ميلة حسب الهيكل التالي:

- مدير الوكالة :

بناءا على اقتراح من مدير المديرية BADR يشرف على الوكالة مدير معين من طرف الرئيس العام ويعتبر المسئول الأول على مستوى الوكالة ويتمتع بصلاحيات من قريب أو من بعيد في كل أمر يتعلق بالوكالة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ومن بين مهامه:

- التوجيه والمراقبة والتقدير في مجال القروض ومعالجة العملية البنكية.
- تسيير الخزينة والتكوين المستمر للموظفين.
- إعادة التقارير الدورية لنشاطات الوكالة في مواعيدها.
- إبرام جميع العقود الخاصة بالوكالة.
- الإمضاء على الوثائق الرسمية الخاصة بالبنك.
- الدفاع عن مصالح البنك أمام القضاء.
- إعداد الميزانيات الافتتاحية والمقدرة للوكالة.
- ينسق بين مصالح الوكالة.
- ينفذ قرارات ومداولات المديرية الفرعية.
- **الأمانة العامة:أمانة المدير:** تتعامل مباشرة مع المدير وتنفذ أوامره ومن بين مهامها:
- تحضير مواعيد المدير وزبائنه.
- استقبال الرسائل التي تصل عن طريق البريد أو الفاكس.
- استقبال الوثائق وتحضيرها للإمضاء والبريد الصادر والوارد للوكالة.
- تعمل كوسيط بين مختلف المكاتب وكذا علاقة المؤسسة بالمحيط الخارجي.
- استقبال وإرسال الوثائق والملفات من وإلى المؤسسات.
- تسجيل الملفات والوثائق الواردة والصادرة.

- مصلحة المحاسبة:

ويقوم المحاسب في هذه المصلحة بمراقبة جميع الحسابات في الوكالة وتضم عدة مصالح فهي تعالج الجانب الإداري والمحاسبي والتنظيمي للوكالة ومراقبة صحة العمليات البنكية بمختلف أصنافها، ومجمل معاملاتها مع مختلف البنوك.

وهو المكتب الذي يقوم بتجميع العمليات الحسابية اليومية بشكل نظامي وتحقيق ومراقبة كل المدخلات والمخرجات التي تتم في البنك ومهامها:

- إجراء الحسابات الخاصة بالبنك بما فيها الميزانية.

- المتابعة للعمليات الحسابية اليومية.

- اقتناء وعد التجهيزات والعتاد المتعلق بنشاط الوكالة

- الاهتمام بالشؤون العامة للعمال.

- إقفال اليومية الحسابية.

- مصلحة الصندوق :

تعتبر هذه المصلحة المحرك الأساسي لأي وكالة حيث نقوم بعدة عمليات مخولة لها فهي تتطلب السرعة والخفة وهذا ما يعرضها لعدة أخطار، وبذلك يجب عليه الدقة والحذر ومن أهم هذه العمليات المقدمة من طرف هذه المصلحة هي السحب والإيداع، ويتكون من نوعين:

- فرع خاص بالدينار: يشرف عليه عون يقدم الخدمة عبر صندوق آلي للسحب.

- فرع خاص بالعمولات الأجنبية: يتكون من نوعين، هذا الفرع يقوم بنفس المهام التي يقوم بها فرع الصندوق الرئيسي لكن السحب والدفع يكون بالعملة الصعبة "أورو".

- مصلحة التسيير الإداري: ريوكل لها مهام المراقبة لكل الوسائل التي تدخل الوكالة والعمال التي تقوم عليها التسيير كالمكاتب، الحاسوب، الأجهزة التي تتعامل بها كما تقوم بتقسيم الوسائل لمعرفة النقائص وتسييرها بطريقة محكمة.

- مصلحة القروض: هي الجهة المختصة في منح القروض بمختلف أنواعها، متوسطة، طويلة، قصيرة الأجل سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين وهنا فعلى مسؤول هذه المصلحة مراقبة ملفات القروض ومدى توفرها على الشروط المقدمة والمطلوبة:

- تكوين ملف قانوني للقروض.

- موافقة لجنة القرض للوكالة على منح القروض.

- تقديم الضمان اللازم لتغطية القروض.

- مصلحة الزبائن: وهو المكلف بالزبائن تكمن مهمته في تحفيز الزبائن وجلب أموالهم للبنك قصد توفير مبالغ مالية أكبر وكذلك القيام بالإجراءات الأولية لخدمة الزبائن، من مهامه:

- شراء وبيع الأسهم والسندات.

- الاحتفاظ بالودائع مقابل سعر الفائدة.

يشرف عليه 07 أعوان مقسم إلى ثلاثة فروع:

فروع الاستقبال والتوجيه: يشرف عليه موظف يقوم بما يلي:

- استقبال الزبائن وتوجيههم.

- تسليم دفاتر الشيكات.

- استخراج كشف حساب الزبون.

فرع مكلف بالزبون العادي: يتكون من 03 أعوان مدة تدريبهم شهر:

- عون مختص بفرع التأمين

- عونين مختصين باستقبال الزبائن وإطلاعهم على مختلف الخدمات التي يقدمها هذا الفرع.

- فرع مكلف بالمؤسسات: يتكون من عونين وتكون مدة تدريبهم شهر ونصف، ويقوم هذا الفرع بنفس المهام التي يقوم بها الفرع المكلف بالزبون العادي ولكن يختص بالتجار والمقاولين والمؤسسات ويشرف على هذا القسم (المكلف بالزبائن) منسق ومن مهامه:

- الإشراف والتنسيق بين موظفي مكتب الواجهة.

- مراجعة لكل العمليات البنكية المستعصية.

- مراقبة لكل العمليات المتخذة من طرف المكلفين بالزبائن.

- استقبال طلبات الزبائن وتقديم شروحات واقتراحات.

- متابعة الزبائن فيما يعرف بالعمليات بعد البيع.

- مصلحة عمليات التجارة الخارجية:

وهنا تتم العمليات الخاصة بالتجارة الخارجية سواء كانت صادرات أو واردات والأجنبية، يشرف عليها عون يهتم بجانب التجارة الخارجية وكل ما تتطلبه، وهو مكتب خاص بعملية... للزبائن في تصدير أو شراء السلع حيث يلعب دور الوسيط بين البنك في الخارج والزبون المستفيد في الوطن ومن مهامه:

- تدوين الملفات الخاصة بالتجارة الخارجية والمصادقة عليها.

- تتبع العمليات في النهاية أي حتى تتم عملية التحصيل

- القيام بعمليات الحصول على التأشيرة لتسهيل عمليات السفر إلى الخارج.

مصلحة الإحصائيات: وهنا تقوم هذه المصلحة بعملية الإحصاء سواء كانت شهريا أو ثلاثيا أو سداسيا أو سنويا مثل إحصائيات القروض.

مصلحة الحافظة: وهذه المصلحة يتم فيها جمع الأوراق المالية والتجارية وترتيبها حسب مكان دفعها وتواريخ استحقاقها، يشرف عليها عون يقوم بإيداع الأوراق المالية (شيكات، سفتجات، أوراق التبادل والقيام بعمليات التسديد).

- المقاصة: تتم هذه العملية على مستوى البنك المركزي الجزائري في غرفة تسمى غرفة المقاصة يحضرها جميع البنوك، يتم على مستواها تبادل الشيكات والتحويلات وجميع الأوراق التجارية.

المبحث الثاني: أساليب ووسائل تطوير السياسات المتبعة من أجل تحسين الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة ميلة¹:

يتبع بنك الفلاحة والتنمية الريفية مجموعة من الأساليب والوسائل وذلك لتطوير وتحسين الخدمات التي يقدمها للعميل، وذلك من أجل تحسين تنافسيته بين البنوك، وحسب ما سرحت به الإدارة فإن هذه الأساليب تشمل تدريب، تحفيز تحسين عملية الإتصال...

المطلب الأول: أساليب تطوير الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة ميلة-:

أولاً: التدريب: مع تزايد حجم ونوعية المنافسة المحلية بين البنوك على اختلاف أنواعها وتسابقها لتقديم الجديد والأجود في الخدمات وتحقيق الرضا لدى الزبائن زاد الاهتمام والتأكيد على الدور الذي يلعبه التدريب في جعل موارده البشرية ذات قدرات ومهارات ومعارف عالية المستوى، لذا يكتسي التدريب مكانة بالغة الأهمية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، إذ يعتبر جزء من نشاطه، كما تتجلى المكانة الهامة التي يعطيها البنك لعملية التدريب من خلال لاستخدام طريقتين للتدريب:

1/ التدريب داخل البنك: ويتم من خلال:

- **توجيه الموظف الجديد:** حيث يستفيد كل عامل أو إطار من التدريب الخاص عن التوظيف في منصبه الجديد، حيث يخضع خلالها لفترات التجربة والمتابعة قصد تمكينه من إستيعاب الجوانب العملية و النظرية المرتبطة بنشاطه الجديد ويشرف للمسؤولين □□ على مستواه في عملية التدريب هاته.
- **التدريب المهني والفني:** يقوم البنك □□□□□□□□ الممتننين المتربصين في كل التخصصات ذوي الشهادات الثانوية وخريجي الكليات حيث يقوم بتدريبهم وإكسابهم مهارات ويتم حصولهم أثناء فترة التربص على شهادة مهنية كما يمكن إدراجهم ضمن أعمال البنك.

¹ □□□□□□□□□□ مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة ميلة.

2/ التدريب خارج البنك: وفي هذا الإطار يتم إجراء دورات تدريبية في معاهد ومراكز مختصة حيث قام البنك بإرسال عدة إطارات والملاحظ أن التدريب يرافق عملية إنجاز استعداد □ □ □ □ □ نظام الإلية.

ثانيا: التحفيز: حيث يهتم البنك بالحوافز المعنوية والمالية □ □ □ تحسين الخدمة ومن بين الحوافز المعتمدة في البنك نذكر م□ □ □:

- حوافز معنوية: يعتمد البنك على الترقية بصفة أساسية على أساس الكفاءة والأقدمية معا.
- حوافز مادية: تتمثل هذه الحوافز في رفع الأجور مثلا .

ثالثا: تحسين عملية الاتصال: حيث يعتمد البنك على نوعين من الاتصال وهذا من أجل تحسين الخدمة والاتصال بين الموظفين من خلال تبادل المعلومات والأفكار في الاتصال مع الزبائن من خلال الرسائل الإلكترونية التي تشرف على إدارتها الوكالة.

المطلب الثاني: وسائل تطوير الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -

وكالة ميلة - :

يستخدم البنك مجموعة من الوسائل لتطوير و تحسين الخدمات و يمكن إيجازها فيما يلي:

أولا: التركيز على الزبائن و استخدامهم كوسيلة تنافسية: يقوم البنك بالتركيز على الزبون و ذلك للحفاظ على الزبائن الحاليين و كسب زبائن جدد ، و حسب تصريحات قسم الاستغلال فإن البنك يقدم فوائد كل ثلاث أشهر، و يوفر السيولة لدى البنك و السرعة في تقديم الخدمة.

□ □ □ □ : وجود أشخاص مكلفين بالزبائن: حيث توجد مجموعة أشخاص تهتم بانشغالات الزبائن، كما تقوم بتقديم النصائح و الإرشادات لهم و توجيههم في حالة إدخال و إصدار تقنيات جديدة في البنك.

المطلب الثالث: السياسات المتبعة من أجل تحسين الميزة التنافسية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية - وكالة ميلة - :

أولاً: سياسة التسعير لدى بنك BADAR :

يتوافر لكل بنك إستراتيجية التسعير الخاصة به، التي تواكب التغيرات المختلفة داخل السوق، وتتبع السوق ثلاث إستراتيجيات تسعيرة تسعى من خلالها على تحقيق الأهداف التالية:

- تحقيق قبول سري للخدمة المصرفية الجديدة من قبل الزبائن.
- المحافظة على مركز البنك في السوق وبالتالي على حصته البيعية.
- تحقيق الربحية والمحافظة على صورة جيدة وانطباع حسن من قبل الزبائن.

1. إستراتيجية كشط السوق: تهدف الإستراتيجية إلى تقديم الخدمات المصرفية على أساس سعر مرتفع بغية تحقيق أكبر قدر من الأرباح، ونجاح هذه الإستراتيجية تطلب من البنك تقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية وضمن منافذ وتوزيع قصيرة، إلى جانب قيامه بتقسيم السوق المصرفية إلى قطاعات على أساس الدخل.

2. إستراتيجية التغلغل في السوق: يتم من خلال هذه الإستراتيجية تسعير الخدمات المصرفية الجديدة بسعر منخفض وذلك كوسيلة لجذب أكبر عدد من الزبائن للتفاعل مع البنك في هذه الخدمات وهدف البنك تبني هذه الإستراتيجية هو تحقيق أكبر حجم من المبيعات في أسرع وقت ممكن وبعد ذلك يمكن رفع السعر تدريجياً.

وتفضل البنوك استخدام هذه الإستراتيجية في الحالات التالية:

- احتمال وجود منافسة قوية للخدمات بعد عرضها مباشرة في السوق.

- إذ تم عرض الخدمة في مناطق تتصف بمردودية الدخل.

3. الإستراتيجية النفسية للسعر: يتم تسعير الخدمات المصرفية على أساس نفسي، فكلما زادت الخصائص الظاهرية المرتبطة بالخدمة فإن ذلك سوف يؤدي إلى ارتفاع القيمة المتوقعة للخدمة لدى الزبائن، وبالتالي يمكن للبنك في هذه الحالة تحديد سعر مرتفع والعكس صحيح.

إلا أن السعر في البنوك محدود بسبب السياسات التي تفرضها السلطات النقدية للدولة عادة ما تكون ممثلة في البنك المركزي، حيث يقوم بتحديد سعر معظم الخدمات المصرفية كسعر الفائدة وغيرها ويترك مجالاً محدوداً للبنوك للتحكم فيه، وبالتالي فقبل صياغة الإستراتيجية السعرية يجب على إدارة البنك القيام بالدراسات التفصيلية المتعلقة بالمنافسين والزبائن ومدى الإستراتيجية مع ربحية البنك ومركزه التنافسي.

تعتبر سياسة التسعير أهم السياسات البيعية لما لها تأثير على مدى تحقيق المؤسسة لأهدافها ولكن نجد دورها جد محدود في التسويق المصرفي لعدم وجود حرية كاملة للبنوك في تحديد أسعارها فمعظم الأسعار تحدد من طرف السلطات النقدية، فبنك الجزائر يتدخل في تحديد أسعار المنتجات والخدمات، ويقدم مجالا محدود للبنوك تضع على أساسه معدل الفائدة التي تمنحها للزبائن، فيما يخص تحديد أسعار منتجات بنك بدر، فله إمكانية محدودة كما هو الحال في جميع البنوك، وهذه الأسعار منتجات بنك بدر، فله إمكانية محدودة كما هو الحال في جميع البنوك، وهذه الأسعار تتحدد على أساس معدل الأفضلية TR الذي يصدره بنك الجزائر.

بالنسبة لتحديد أسعار الخدمات تحدد أيضا من طرف بنك الجزائر لكنها تكون على شكل:

- مجالات تترك فيها حرية محدودة للبنوك في تحديد السعر على مستوى هذا المجال.
- أسعار □□□□□□.

كما يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتحديد أسعار بعض المنتجات والخدمات دون المساس بالسقوف الائتمانية التي يحددها بنك الجزائر حيث تقوم الإدارة العامة لتحديد هوامش محددة بهدف تحقيق الربحية من جهة والحفاظ على الزبائن الحاليين واستقطاب زبائن جدد من جهة أخرى.

ثانيا: سياسة التوزيع: يعتمد بنك الفلاحة والتنمية في توزيع خدماته المصرفية على التوزيع المباشر من خلال شبكة من الوكالات المنتشرة عبر كامل التراب الوطني والتي تتعدى 300 وكالة. بهدف الوصول إلى أكبر عدد من الزبائن. هذا فيما يخص التوزيع المباشر، أما بالنسبة للتوزيع الغير مباشر فوضع بنك BADR تحت تصرف زبائنه توزيع إلكتروني وذلك عن طريق الموزعات الآلية للأوراق النقدية.

(Les distributeurs automatique des billets) أو عن طريق الشبائيك الآلية للأوراق النقدية.

(les guichets automatique des billets).

- يوفر أيضا البنك للزبائن خدمات مصرفية عبر الهاتف لكنها محدودة جدا إضافة إلى صفحات الويب التي لا ترتقي الخدمات بها إلى المستوى المطلوب.

- ما يمكن استخلاصه أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية في سياسة التوزيع على الوكالات المصرفية للاستغلال بشكل كبير، لذا كان من الضروري أن يتضمن سياسة إنشاء وكالات جديدة للبنك للقيام بالدراسات الدقيقة والمستمرة لمدى حاجة المناطق المختلفة لمنتجات البنك وخدماته، حيث يجب أن تأخذ هذه السياسة في الاعتبار أن الانتشار الجغرافي لفروع البنك هو ضرورة لتأمين نشاطه وزيادة مبيعاته وبالتالي أرباحه. ولهذا يختار البنك مقاييس مهمة عند تأسيس وكالة جديدة من بينها:

- دراسة السوق لمعرفة احتياجات الزبائن.
- دراسة المردودية بحساب تكاليف الاستغلال المتوقعة.
- الأخذ بعين الاعتبار القدرة المالية للسوق، القدرة على جمع الإذخارات.

ثالثا: الاتصال:

يهدف بنك الفلاحة والتنمية الريفية من خلال السياسة الاتصالية إلى إلغاء التباعد بين الأطراف الخارجية وخاصة الزبائن منه، وإلى رسم صورة إيجابية للبنك من خلال إعلام الأفراد بمنتجاته وخدماته، أفراد بنك الفلاحة والتنمية الريفية مديرية تختص بالسياسات الاتصالية والتسويقية تدعى بمديرية الاتصال والتسويق، فيما يخص الاتصال الخارجي يلاحظ وجود اهتمام بنك الفلاحة والتنمية الريفية به أكثر من الاتصال الداخلي، إذ يعتمد على الإشهار قصد إقامة علاقة دائمة مع الزبائن الحاليين والمحافظين عليها وتنميتها بصورة تضمن استمرار تعاملهم مع البنك وإقبالهم على الخدمات الجديدة التي يقدمها مستعملة في ذلك الوسائل الاتصالية التالية:

1. مجلة البنك "أخبار بدر": وهي عبارة عن مجلة تصدر كل شهرين تتطرق لمختلف نشاطات البنك في تلك الفترة. يتم من خلالها التعريف بمختلف المنتجات والخدمات المصرفية، وهي ذات استعمال مزدوج للموظفين والزبائن في نفس الوقت.

2. منشورات خاصة Des brochures: وهي عبارة عن وسيلة لتعريف الجمهور والزبائن بمختلف الخدمات المصرفية، حيث يتم تقديم مثل هذه الوسائل إلى مختلف الوافدين إلى وكالة البنك.

3. الملصقات: وهي وسيلة تستخدم للتعريف بمنتجات البنك وخدماته عن طريق إلصاق لوحات بمحاذاة فروع البنك أو داخله، كما تقوم الوكالة بتقديم رزنامات، حاملات مفاتيح، محافظ ومذكرات كوسيلة ترويجية بسبب عدم وجود منافسة فعلية بين مختلف البنوك، وعدم انتشار الوعي المصرفي لدى الكثير من الزبائن خاصة إذا تعلق الأمر في الإعلان عن التكنولوجيا المستعملة من طرف البنك.

فيما يخص العلاقات العامة، يعتمد بنك الفلاحة والتنمية الريفية على تنظيم الملتقيات والأبواب المفتوحة إضافة إلى مشاركته في المعارض الوطنية والدولية المقامة بالجزائر أو خارجها قصد التقرب أكثر من الأفراد وعرض المنتجات والخدمات التي يقدمها، وتزويدهم بمختلف المعلومات والإجراءات اللازمة في الحصول عليها، خصوصا ما يتعلق منها بالقروض المصرفية، التي لها دور اتصالي في التعريف بالبنك وبعض منتجاته وخدماته وكل ما يخص كفاءات وآليات تعامل الأفراد مع البنك.

المبحث الثالث: تطوير الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-

وكالة ميلة - :

يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى إعادة النظر في كل أنماط وأساليب تقديم المنتجات والخدمات المصرفية، حيث تم التركيز على تهيئة مباني البنك مع توفير كل المستلزمات التي تساعد في تقديم تلك الخدمات ومن أهم الأنشطة التي قام بها البنك والتي تتدرج في إطار التسهيلات ما يلي:

المطلب الأول: الخدمات التقليدية المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة

□ □ □ □ - 1 :

من أجل ترقية وتطوير الخدمات البنكية لجأ بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة ميلة- إلى تنظيم جديد في إطار نظام " لتحسين خدماته وعلاقاته مع العملاء بإدخال عدة تقنيات وأساليب للحصول على رضا العملاء، حيث قامت الوكالة بتخصيص مكتب لاستقبال العملاء يقدم عدة خدمات منها تسليم دفاتر الشيكات، واستخراج كشف حساب العميل، كما يقوم بتوجيههم إلى أقسام الوكالة والتي من شأنها تقديم الخدمة المرغوب فيها، وبذلك يقدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية خدمات متنوعة موزعة على مستوى البنك الواقف والبنك الجالس.

أولا : خدمات مقدمة عن طريق البنك الواقف:

يطلق عليه البنك الواقف أو الخدمات السريعة حيث يعتبر موظفي البنك الواجهة الأمامية في تقديم الخدمات للعملاء وهم واقفون بشكل سريع وفي وقت قصير لا يتعدى الدقائق، وقد خصص هذا القسم لأصحاب المعاشات العملة الصعبة، أو لسحب وإيداع أموال وأجور التجار، والمؤسسات الدائمين في عملياتهم مع البنك ويتكون البنك الواقف من:

1- مكتب الواجهة الخاص بالدينار الجزائري: يضم هذا المكتب عمليات السحب و □ □ :

- دفع قيمة الصكوك نقدا من طرف الوكالة إلى العميل الذي يكون لديه حساب بنفس الوكالة.

- الدفع يكون آلي، عن طريق الصندوق الآلي، وأقصى حد للسحب 100.000 د.ج.

2- مكتب الواجهة الأوتوماتيكي الخاص بالعملة الأجنبية: تتعامل الوكالة بالعملة الأجنبية، حيث تقوم بنفس

العمليات التي يقوم بها القسم الخاص بالدينار الجزائري لكن بشكل واسع، بحيث تقتصر معظم خدماته على

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة ميلة -.

عمليات الصرف واستقبال دفع المعاشات بالعملة الأجنبية، ويتم السحب يدويا، وحد أقصى للسحب 75000 أورو في اليوم.

3- الصندوق الرئيسي: هو مكتب خلفي خاص بإيداع وسحب مبالغ أكبر من 100.000 دج إذا كان للشخص حساب بنفس الوكالة، أما إذا كان له حساب في وكالة أخرى من وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية فإنه يسحب ويودع من الصندوق الرئيسي، ويحدد مبلغ الدفع بشكل لا يتعدى 50.000 دج في الأسبوع بالنسبة للزبائن الذين يملكون حساب بوكالات أخرى بدر، ويحصل البنك مقابل ذلك على عمولة تقدر ب 585 دج، ويتم تنشيط هذه العملية من طرف العملاء الذين يملكون لديهم فائض في السيولة ويقومون بالإيداع من أجل الحفاظ عليها واستعمالها عند الحاجة.

□ □ □ □ : الخدمات المقدمة عن طريق البنك الجالس :

يعتبر البنك الجالس من بين الأنظمة لهياكل وأنشطة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، هدفه تحقيق فعالية الداء من خلال تنمية مبدأ العمل المشترك مع العميل، وسمي بهذا الاسم لأن موظف البنك يستقبل العملاء بالجلوس في مكان مريح بشكل مباشر، مما يقلل من تنقل العميل بين مختلف المصالح ويشتمل مكتب المواجهة الخلفية على قسمين:

1. المكلفين بالعميل العادي: يختص القسم بالأشخاص العاديين والجراء حيث يقوم المكلف بالعملاء باسـ□ □ □ □ وشرح مختلف العمليات والخدمات التي يرغبون فيها، وبالنسبة للعملاء الذين يتعاملون مع البنك سابقا فإن البنك يخصص لكل عميل موظف مكلف يقدم له كل الخدمات التي فيها، أما بالنسبة للعملاء الذين يتعاملون مع البنك لأول مرة فعلى المكملون بالعملاء إعلامهم بكل الخدمات التي يقدمها البنك والتي من شأنها تسهيل تعاملاته وذلك حتى يلازم بفتح حساب لدى البنك ثم يخصصون له مكلف يختص به شخصيا ومن بين الخدمات التي يقدمها هذا القسم نذكرها كما يلي:

- بطاقة بدر للسحب: هي بطاقات تسمح لحاملها التصرف في أمواله باستخدام الموزعات الآلية للأوراق النقدية التي تقع خارج مبنى البنك في الواجهة، ويوجد عدة أنواع من بطاقات السحب نذكر منها:

- البطاقة ما بين البنوك CBRI: هي بطاقة ممغنطة تسمح لعملاء البنك بسحب أموالهم من كافة الموزعات الآلية التابعة للبنوك التي وقعت على إصدار هذه البطاقة وهي: القرض الشعبي الجزائري، البنك الخارجي الجزائري، البنك الوطني الجزائري... إلخ.

- بطاقة بنك بدر CBR: تستعمل هذه البطاقة للسحب من بنك الفلاحة والتنمية الريفية والوكالات التابعة لها فقط.

- بطاقة قولد GOLD: لها نفس خصائص بطاقة بنك بدر إلا أنه من خصائصها السحب لأكثر من 50.000.000 دج وخصصت للمقاولين والتجار...الخ

- بطاقة التوفير: خصصت هذه البطاقة للأشخاص الذين يملكون دفتر توفير لدى البنك وذلك لتسهيل سحب أموالهم، وهو مشروع جديد في وكالة ميلة 834 ولا توجد في باقي البنوك الأخرى.
و للحصول على أي نوع من البطاقات المذكورة على العميل ملأ استمارة طلب لدى البنك مع تحديد نوع البطاقة المرغوب بها.

- سندات الصندوق: هي عبارة عن تفويض لأجل، وبعائد موجه للأشخاص الطبيعيين والمعنويين، ويمكن أن يكون اسميا باسم المكتب أو لحامله، والذي يتأثر بنسبة الفائدة المرجعية للفترة وكذا ضريبة الدخل الإجمالي والرسم على القيمة المضافة.

- دفاتر الادخار: هي عبارة عن منتج بنكي يقدم للراغبين في ادخار أموالهم مقابل الحصول على فوائد يحصلون □ □ □ □ كل ثلاثة أشهر، و يستطيعون السحب من أموالهم إما فوائد أو المبلغ المدخر وذلك بالنسبة للبالغين.

- دفاتر الادخار □ □ □ □: اتجه بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى جذب صغار المدخرين من خلال طرح منتج جديد "ادخار الأشبال" الموجه للأشخاص الذين تقل أعمارهم عن 19 سنة للتعود على الادخار في بداية حياتهم وذلك بتسيير من الولي الشرعي الذي لا يستطيع سحب المبلغ المودع إنما يسحب الفوائد التي يحصل عليها خلال ستة أشهر.

- الودائع لأجل: هي عبارة عن حساب يوضع تحت تصوف الأشخاص الطبيعيين والمعنويين لإيداع الأموال الفائضة عن حاجاتهم، وتقدم هذه الخدمة عن طريق تجميد الرصيد المحدد من طرف العميل وذلك من شهر إلى ما فوق عامين مقابل نسبة فوائد متغير بحسب الفترات المحددة من طرف البنك.

- خدمات التأمين: هي خدمة يقدمها البنك من خلال إجراء اتفاق مع مؤسسة التأمينات، وتتعامل وكالة ميلة حاليا بهذه الخدمة مع SAA للتأمينات، وذلك لتسهيل على العميل عبئ التنقل إلى المؤسسات التأمينية بحيث يستطيع تحديد مصاريف التأمين في القسم المخصص لذلك في البنك، ويتحصل في مقابلة البنك على عمولة لقاء هذه الخدمة على المؤسسة، كما يستفيد العميل من التخفيض في سعر التأمين.

- تأجير الخزائن الحديدية: تعتبر الخزائن الحديدية عبارة عن صناديق لدى البنك يقوم العميل بإيجارها من أجل إيداع القيم الثمينة كالذهب والألماس، الأوراق المالية، و الوثائق الهامة...الخ، لتجنب السرقة والضياع، ويفتح هذا الصندوق بمفتاحين الأول يعطيه البنك للعميل والثاني به لديه بحيث لا يمكن

للمعمل فتح الصندوق بالمفتاح الذي لديه وحده، كما لا يمكن للبنك فتح هذا الصندوق بالمفتاح الذي لديه وحده، أي أنه يجب وضع المفاتيح معا من أجل فتح الصندوق، و يؤخذ على تأجير الصناديق الحديدية الملاحظات التالية:

- يوجد الصندوق في الخزانة الفولاذية التي يملك مفتاحها مدير البنك ،وتوجد هذه الخزانة الفولاذية بدورها داخل الغرفة الفولاذية التي هي بالأحرى لا يملك مفتاحها سوى مدير البنك.
- يمكن للمعمل الإطلاع على قيمة ما في الصندوق ،لذلك لو تعرض البنك إلى حدث أو خطر كالحريق،أو السرقة فإن البنك لا يتحمل أي مسؤولية اتجاه المعمل.
- لا يضع البنك أي شروط في كراء الصناديق وعلى المعمل الالتزام بدفع مبلغ معين سنوي على حسب حجم الصندوق "أجرة الكراء"،كما يمضي عند التعاقد على شيك بقيمة 10.000.00 دج كضمان للبنك في حالة التأخر عن دفع أجرة الكراء أو مشاكل أخرى.
- إذا لم يدفع المعمل أجرة الكراء سنويا يفسخ العقد آليا ويأخذ البنك الضمان الذي هو شيك بقيمة 10.000.00 دج ،وعندما يرغب المعمل في إنهاء العقد أي غلق الصندوق يقدم طلب خطي إلى البنك وينهي العقد.

- شراء الأوراق المالية:هي خدمة يقدمها البنك لبعض شركات المساهمة المتعاملة معه وذلك بالإشهار لها وإقناع الأشخاص بشراء أسهم وسندات في هذه المؤسسة مقابل عمولة يحصلها البنك،ومن بين المؤسسات التي يعرض بنك الفلاحة والتنمية الريفية اسمها على الأشخاص هي مؤسسة صيدال للأدوية،ومؤسسة سوفيتال للفنادق، alliance للتأمين،مؤسسة العصير رويبة،وفي حالة شراء أسهم المؤسسة ،فالمعمل يتحمل الخسارة والربح مع المؤسسة أما في حالة شراء سندات فإنه يحدد سعر للأرباح حتى لو تعرضت المؤسسة للخسارة.

- المكلفين بالمؤسسات والمقاولين: يختص هذا القسم بتقديم خدمات للأشخاص المعنويين كالمؤسسات والتجار والمقاولين،وهي نفس الخدمات المقدمة في قسم المكلفين بالعملاء العاديين.

□ □ □ □ □ □ □ □ :الخدمات المشخصة:

تمثل الخدمات المشخصة مجمل الخدمات التي يقدمها البنك والتي بإمكان أي موظف مؤهل تقديمها □ □ □ □ □ □ ومن أجل تحقيق ذلك قام البنك بتكوين أطره للتمكن من أداء جميع العمليات المصرفية من جوانبها الفنية والعملية،إلى جانب تكوينهم وفق منظور جديد ومنظور يهدف إلى الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد،حيث عمل البنك على الروح التسويقية لدى كوادره والمعروفة ب S.E.C.A.M والتي تعني البساطة،الاستماع،الإبداع،التكيف طرق أداء الخدمات.

وواقع أن فكرة الخدمات المشخصة حققت للبنك ميزة تنافسية أهله لاحتكار 30 % من السوق المصرفية الجزائرية، وجعلته يستقطب عدد هام من العملاء الجدد خاصة بعد استراتيجية العصرية التي تبناها البنك.

رابعاً: خدمات الصندوق الآلي:

بدأ العمل بهذه الطريقة في بداية العام 2000، بموجب هذه العملية يتم سحب الأوراق النقدية بطريقة آلية بعد أن يتم إجراء العملية بطريقة عادية، ومن إيجابيات هذه العملية أنها تقلص من عدد العمليات ومن زمن العملية وتقضي على ظاهرة الطوابير.

خامساً: إرسال الشيك عبر الصورة: وهي تقنية جديدة بدأ العمل بها مطلع سنة 2004، تسمح لعملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية الذين يحملون شيكات موطنة في أي وكالة من وكالات البنك بتحصيل شيكاتهم نقداً 48 ساعة، عكس السابق حيث كان ينتظر العملاء مدة قد تصل إلى أكثر من خمسة عشر يوماً للحصول على قيمة الشيك.

وبموجب هذه التقنية الجديدة يتم تصوير الشيك وإرساله إلى وكالة التوطين، والتي تكون تابعة للبنك من أجل التأكد من صحة المعلومات التي يحملها الشيك، وبعد ذلك يتم الشروع في صرف قيمة الشيك إلى العميل لدى الوكالة التي قامت بالعملية، وبذلك وفرت هذه الخدمة الجديدة على العملاء متاعب كثيرة، وساعدتهم في الحصول على السيولة في وقت حقيقي.

المطلب الثاني: القروض الممنوحة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة ميلة - :

يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بمنح قروض استغلالية من بينها:

أولاً: تسهيلات الصندوق: هي نوع من أنواع القروض التي تمنح العميل فرصة لتغطية عجزه المالي وكسبه مهلة لمدة تتراوح بين 5 إلى 10 أيام.

ثانياً: السحب على المكشوف: لمنح للعميل الدائم إذا صادفه عجز في الخزينة ويمنح للتجار الذين يريدون شراء سلعة على المدى العاجل خوفاً من ارتفاع ثمنها لاحقاً أو نفاذها.

ثالثاً: القروض المضمونة: وهي التسبيقات على البضاعة وهو عبارة عن قرض يقدم للزبون لتمويل مخزون معين والحصول مقابل ذلك على البضائع كضمان للقرض وينبغي على البنك أثناء العملية التأكد من وجود البضاعة وطبيعتها ومواصفاتها.

أربعاً: القروض الموسمية:

تمنح للفلاحين إزاء قيامهم بنشاط موسمي كموسم الحصاد أو الزرع ولم تكن لديهم الإمكانيات الكافية كالقروض الرفيعة.

خامساً: القرض الرفيعة RFIG: هو قرض قصير الأجل لتمويل دورة الاستغلال للمؤسسات ذات الطابع الفلاحي، هذا النوع مدعم الفائدة بالكامل من طرف وزارة الفلاحة والتنمية الريفية.

سادساً: القرض الإيجاري: هو قرض يضع البنك في علاقة مع الزبون في إطار عقد إيجار منقول أو عقاري حيث يصبح البنك مؤجر والزبون مستأجر بموجب عقد القرض.

سابعاً: قروض المؤسسات المصغرة ANSEJ: يستفيد منها الشباب البطالين الذين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 35 سنة والحاصلين على شهادة الكفاءة المهنية الراغبين في تكوين مشاريع مصغرة.

- قروض CNAC: وهي قروض مدعمة من الصندوق الوطني للتأمين على البطالة، يستفيد منها أصحاب المشاريع العاطلين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 35 و 50 سنة والحاصلين على شهادة الكفاءة المهنية.

- قروض ANGEM: وهي القروض المصغرة، تقدم لجميع الفئات وكذلك النساء الباطلات أو ذوي الدخل المنقطع.

إن مشاريع CNAC, ANSEJ ثلاثية التمويل حيث تكون مساهمة البنك 70 % من إجمالي القرض أما ادم الوكالة فقدر ب 25 % من قيمة القرض.

- إذا تجاوزت قيمة القرض 2.000.000.00 دج تدعمه الوكالة ب 20 %.

- إذا لم تتجاوز قيمة القرض 2.000.000.00 دج تكون المشاركة ب 5 %.

أما المشاركة الشخصية:

- إذا تجاوزت قيمة القرض 2.000.000.00 دج تكون المشاركة بنسبة 10 %.

- إذا لم تتجاوز قيمة القرض 2.000.000.00 دج تكون المشاركة بنسبة 5 %.

أما قرض ANSEJ فتمويله يكون ب 50.000.00 دج كحد أدنى أو 400.000.00 دج كحد أ

المطلب الثالث: الخدمات الحديثة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة ميلة - :

الفرع الأول: خدمة البطاقات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة ميلة - :

بفعل الشروع في إصلاح المنظومة البنكية كان إلزاما على البنوك أن تعمل على استحداث وإدخال خدمات جديدة ومتطورة تساهم في هذه الإصلاحات لتحسين نوعية الخدمات المعتمدة للزبائن، لذلك قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتجسيد بعض أطراف المنظومة البنكية من خلال توظيف وسائل الدفع الحديثة مثل البطاقات البنكية حيث يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية من الرواد في إصدار هذه البطاقات كما ونوعا.

أولا: تعريف البطاقة البنكية:

□ □ بطاقة بلاستيكية تمنح للزبائن، تحتوي على معلومات عن أسهم المتعامل ورقم حسابه بموجب هذه البطاقة يمكن التمتع بخدمات عديدة في المحلات التجارية المتقفة مع البنك حيث يتقاضى البنك عمولة عند قيام الفرد بعملية الشراء من مختلف المحلات التجارية.

ثانيا: أنواع البطاقات □ □ □ □ □ □ □ □¹:

1. بطاقة بنك الفلاحة والتنمية الريفية CBR: تعتبر بطاقة سحب ودفع تعمل على مستوى الوكالة فقط، في □ □ 2006 حلت محلها بطاقة أخرى حيث يتم التعامل بها على مستوى كل البنوك.

2. بطاقة ما بين البنوك CBRI: هي بطاقة دفع وسحب استحدثت من طرف البنك تعمل على الوجه الأمامي وكتبات تقرأ بالعين المجردة إضافة إلى اسم البنك، اسم ولقب الزبون، رقم البطاقة، شريحة إلكترونية تخزن عليها المعلومات ومدة صلاحية البطاقة أما الوجه الخلفي يوجد عليه شريط مغناطيسي

3. البطاقة البلاستيكية CIB: هي بطاقة دفع وسحب ذات اللون الأزرق تعمل ما بين البنوك تمنح للزبائن ذوي الدخل المنتظم والذي لا يتجاوز 45000 دج يحدد في عقد بين البنك والزبون حيث يتم استغلالها في دفع المبالغ عن طريق جهاز الدفع الإلكتروني المتواجد عند التجار والمؤسسات (مؤسسات مديحة للسفر مثلا) وسحب المبالغ عن طريق الموزعات الآلية للأوراق النقدية التي تعمل 7/7 أيام و24 ساعة وعبر كل الوكالات الموصلة بشبكة النقد الآلي البنكية، وتقدر صلاحيتها بعدة سنين وثمنها 600 دج، أما تجديدها فيكون تلقائي ويقدر ب 500 دج، ولا تستبدل إلا في حالة السرقة أو الضياع، وفي حالة ضياع الرقم السري فإن البنك يقوم بطلبه من المديرية العامة بالعاصمة مقابل عمولة قدرها 100 دج وعند السحب بهذه البطاقة يستفيد البنك بعمولة قدرها 11 دج إذا كانت البطاقة من بنك بدر، أما إذا كانت البطاقة من بنوك أخرى فإن البنك يستفيد بعمولة قدرها 35 دج .

¹ □ □ □ □ □ □ □ □ (1): أنواع البطاقات البنكية

4. البطاقة الذهبية GOLD: هي بطاقة دفع وسحب ذات اللون الذهبي تعمل ما بين البنوك، تمنح للزبائن ذوي المداخل العالية مثل المقاولين وذوي المهن الحرة وعمليات الدفع والسحب لهذه البطاقة ذات سقف عال يتم استغلالها في دفع المستحقات بكل أمان وتتضمن فترة دفع كبيرة عند التجار وتقدر عمولة البنك ب 15 دج عند كل عملية يقوم بها الزبون، ومن مميزات أنها سهلة الاستعمال وتمنح فرصة دفع المستحقات وسحب الأموال على مدى أيام الأسبوع وذلك 24 □ □ □ □ 24 ساعة، كما تضمن حماية رفيعة لكونها بطاقة رقمية لا تستبدل إلا في حالة الضياع أو السرقة وإعادة إنجازها خلال مدة الصلاحية بسعر ثمن البطاقة المقدر ب 1200 دج أما طريقة استعمال البطاقة عند دفع المستحقات يتم تقديم البطاقة عند الصندوق حيث يسجل التاجر قيمة المشتريات ثم إدخال البطاقة في جهاز الدفع الإلكتروني وكتابة الرمز السري بواسطة ملامسة الجهاز، عند نهاية العملية يرد التاجر البطاقة والتذكرة.

5. بطاقة التوفير: هي بطاقة سحب ذات اللون الأخضر تمنح للزبائن الذين لديهم دفتر الإدخار والتوفير وقبل أن تمنح هذه البطاقة إلى الزبائن يضع المكلف بالزبون ختم على الصفحة الأولى من الدفتر وذلك لإنهاء عملية السحب من بنك آخر لتفادي الوقوع في الحساب المدين للزبون وعمليات السحب لهذه البطاقة ذات سقف يقدر ب 40 ألف دينار جزائري، كما أن هذه البطاقة تعمل ما بين البنوك، وهذا النوع من البطاقة لا يوجد في البنوك الأخرى.

تتدرج عملية الدفع بالبطاقات البنكية في إطار مشروع عصرنه نظام الدفع المكثف الذي بادرت به الوزارة المنتدبة المكلفة بالإصلاح المالي والتي تعد بمثابة حلقة هامة في عصرنه القطاع المصرفي.

والجدول التالي يوضح لنا البطاقات المستعملة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ومد تطور استخداماتها في كل من الثلاثي الأخير (الرابع) لسنة 2013 □ والثلاثي الأول لسنة 2014.

جدول رقم (1-3) تطور استخدام البطاقات المستعملة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية خلال الثلاثي الأخير لسنة 2013 والثلاثي الأول لسنة 2014 :

INDIC E	Agence	Cartes Commandes												Carte délivrés aux clients de la commande du 1 ^{er} trimestre 2013			Carte délivrés aux clients du stock antérieur			En stock		
		Carte Commandes durant 4er trimestre 2013			Reçues de la DMRS (Commande 1 ^{er} trimestre 2013			Reçues de la DMRS (Commande Antérieur			Nom Reçus cumulatif (nom Reçues de la commande+Antérieur nom Reçues de la commande 4er trimestre 2013											
		CBR	CI B	TAWFIR	CBR	CIB	TAWFIR	CBR	CIB	TAWFIR	CBR	CIB	TAWFIR	CBR	CIB	TAWFIR	CBR	CI B	TAWFIR	CBR	CI B	TAWFIR
834	mila	29	20	04	29	20	04							15	06	04	29	25	06	347	184	270
834	mila	42	44	86	42	44	86							18	04	43	37	12	06	334	212	307

{ 119 }

ي....العميل إلى البنك أو أحد فروع أو البنوك المشاركة في نظام إصدار البطاقات بعد أن تقدم له المعلومات الضرورية عن البطاقة البنكية وكيفية استخدامها والفوائد المترتبة عن التعامل بها، ويطلب الحصول على البطاقة.

2. تكوين ملف: يكون العميل المطلوب والذي يتضمن جميع المعلومات المتعلقة به ويكون مرفقا بالوثائق التالية:

- نسخة من بطاقة التعريف الوطنية(أو أي بطاقة مماثلة).
- الكشف عن الدخل الشهري لثلاثة أشهر الأخيرة ابتداء من شهر طلب الحصول على البطاقة بالنسبة للموظفين.
- الكشف عن الدخل السنوي لآخر عملية ممارسة النشاط التجاري وأصحاب المهن الحرة (الكشف للسنة الأخيرة).
- ملء استمارة الحصول على البطاقة.

3. الإجراءات المتخذة من طرف البنك: قبل منح البطاقة للزبون يقوم البنك بإجراءات تتمثل فيما يلي:

- إذا تأكد البنك من السمعة الائتماني و ملائمة المالية واستوفى كل الشروط المطلوبة فإن البنك يمنح البطاقة بعد توقيع عقد الاستفادة.
- بجبر البنك العميل على فتح حساب جاري بقيمة معينة لدى البنك المصدر أو أحد فروع، أو البنوك المتفق معها أو المشاركة في نظام الإصدار.
- يقوم العميل بدفع قيمة البطاقة (تكلفة إصدار البطاقة) للبنك أو يقوم البنك بحسم هذه القيمة من حساب العميل بصفة آلية كل سنة.
- يمنح الزبون رقم سري لاستخدام البطاقة.

خامسا مزايا وعيوب البطاقات البنكية:

المزايا: نظرا للدور الفعال ولأهمية البالغة التي تلعبها البطاقات البنكية في تطوير النظام المصرفي من خلال عدة مزايا تتمثل في عدة نقاط من بينها ما يلي:

- من جانب الوقت:

- تخفي الضغط على الشبابيك العادية بغية السحب في الفروع البنكية.

- السرعة والدقة في سحب النقود من الشبايبك الآلية.
- توفير درجة عالية من نوعية الخدمات المقدمة للعميل.
- إمكانية توفير الخدمة للعملاء من أي مكان بأجهزة الصراف الآلي.
- توفير أجهزة.....الدفع الإلكتروني عند التجار.
- من جانب الأمن:
- حل مشاكل التعامل نقدا بالأموال وكذلك توفير الأمن عند المعاملات المالية.
- تأمين إمكانيات لكل معاملات السحب بالبطاقة.
- المصادقة على القوانين وإجراءات عقابية تجرم الاحتيال في استعمال البطاقة¹.
- من جانب الاقتصاد:

- توفير عوائد مالية هامة للبنك عند التعامل بها إما بالسحب أو الدفع.
- ضمان عدد كبير من حاملي البطاقات كزبائن دائنين للبنك.
- تكوين أرصدة مالية لدى البنك تساعد على التحكم في شكل السيولة.
- إجبار المحلات التجارية على فتح حسابات لدى البنك للاستفادة من خدمات البطاقات البنكية.
- الحصول على فرق سعر العملة الأجنبية عند تحويل العملة إليها.
- العيوب: ويتمثل أساسا في النقاط التالية:

- المعاملات المالية الموجهة أكثر للسحب من gab فقط بالنسبة لحاملي البطاقة.
- نقاط البيع غير المتوفر في الجهات الكبرى مثل المطاعم والفنادق.
- ثقافة التعامل نقدا متأصلة بقوة المجتمع.
- عدم معرفة كيفية استعمال البطاقة البنكية عند شرائح واسعة من أفراد المجتمع.
- عدم الثقة الكاملة بالتقنيات الحديثة فيما يتعلق باستمرارية عملها مثل تعرضها للتخريب.

¹ □ □ □ □ □ □ □ □ (05): غلق البطاقة المغناطيسية

- ضعف تكوين القائمين على تسيير نظام الدفع الإلكتروني لدى البنك.

سادسا: الأجهزة المستعملة للبطاقات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

1.الموزعات الآلية للأوراق:

وهي صورة بسيطة في القطاع البنكي، فهي آلات أوتوماتكية تستخدم عن طريق بطاقة إلكترونية تسمح للمستهلك بسحب مبالغ مالية دون اللجوء إلى الفرع، وبالتالي فالمهمة الرئيسية للموزع الآلي هي تقديم خدمة أكثر ضرورة للمستهلك.

كما يسمح بالسحب لكل حائز على البطاقة البنكية، يمكن إيجاد الموزع الآلي للأوراق في البنوك، الشوارع، المحطات، وأماكن أخرى، فهو يعمل بدون انقطاع، ويتكون جهاز الموزع الآلي للأوراق من: وحدة المعالجة المركزية، لوحة الزبائن، شاشة الزبون، أقفال الموافقة، أقفال الأرصدة، مدخل للبطاقة، مخرج وصل الزبون، إطار ضد التخريب، لوحة مدير الآلة، مظهر مدير الآلة، أقفال موافقة على مدير الآلة، طابعة، فارئ البطاقة.

كما يتسم الموزع الآلي بما يلي:

- عملية سريعة في معاملات السحب.
- حرية الخدمات البنكية.
- تخفيض الضغط على الشبابيك.
- توزيع نقدي 24/24 .

أما عند تركيبه فالوكالة تطرح خط 25 x ، النقدية الإلكترونية، التركيب في الفضاءات الخارجية، ويتم استعماله كما يلي:

- يتم إدخال البطاقة من جهة السهم
- يتم إدخال الرقم السري؛
- اختيار اللغة المستعملة في العملية؛
- تحديد العملية المطلوبة، رصيد أو دفع؛

الفرع الثاني: خدمة التأمين البنكي "Bancassurance"

أ- تعريفها:

وهي خدمة تم إطلاقها من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية سنة 2005 لصالح عملائه خاصة الفلاحين، في إطار اتفاقية موقعة بين البنك من جهة والشركة الوطنية للتأمين SAA من أجل توزيع منتجات التأمين SAA على مستوى شبائيك التأمين المصرفي المفتوحة عبر مختلف الوكالات التجارية للبنك والمزودة بالمعدات المادية والبشرية اللازمة.

ب- المنتجات والخدمات المقدمة في إطار خدمة التأمين المصرفي:

وهي جميع عقود التأمين الخاصة بتغطية المستثمرات الفلاحية أو وحدات تربية الحيوانات (الأبقار- الدواجن....)

التأمين على المحاصيل: وتضم:

- التأمين ضد خطر احتراق المحاصيل.
- التأمين ضد تعرض المحصول لخطر التبرد.
- التأمين ضد الحريق والتبرد.
- التأمين متعدد الأخطار للبيوت البلاستيكية.
- التأمين على المنتجات الصغيرة.
- تأمين المستغل الفلاحي.

التأمين على تربية الحيوانات:

التأمين متعدد الأخطار على الأنعام، الأبقار، الأغنام، الأرانب ضد الأمراض، الذبح، التسممات والحوادث الأخرى.

التأمين متعدد الأخطار على الدواجن: تغطي مستثمرات تربية الدواجن من مختلف المخاطر كالأمراض، الذبح، التسممات الغذائية.

الفرع الثالث: خدمة البنك الإلكتروني:

تعريفها: هي عبارة عن خدمة جديدة، أطلقها بنك الفلاحة والتنمية الريفية سنة 2011، لصالح الأشخاص الطبيعيين والمعنويين اللذين يملكون حسابات مفتوحة على مستوى البنك، وذلك من خلال انخراط الزبون في هذه الخدمة لدى وكالته البنكية والتوقيع على اتفاقية الانخراط التي تسمح له بالحصول على رقم الانخراط وكلمة السر، ليتمكن الزبون بذلك من الاستفادة من مجموعة من الخدمات عبر شبكة الانترنت هي:

- الإطلاع على أرصدة حسابه.

- الإطلاع وتعبئة عمليات السحب والإيداع لحساباته خلال 45 يوم السابقة.

- تحويل الملفات الخاصة بالتحويلات الكبيرة (تحويل الأجور مثلا).

تطوير الخدمة في المستقبل: يعتزم بنك الفلاحة والتنمية الريفية على تطوير هذه الخدمة، حيث يصبح بإمكان الزبون :

- الحصول على رصيد حسابه على الهاتف الجوال من خلال رسالات نص.

- طلب دفاتر الشيكات أو بطاقات الائتمان عبر الانترنت.

- الانخراط مباشرة على الموقع الإلكتروني للبنك دون الذهاب إلى البنك.

الإحصاءات:

الجدول (3-2): تطور عدد المنخرطين خلال سنة 2014/2013.

السنة	الثلاثي الأول	الثلاثي الثاني	الثلاثي الثالث	الثلاثي الرابع
2013	39	100	120	159
2014	131	508	649	753

خلاصة الفصل الثالث:

من خلال دراستنا الميدانية اتضح لنا أن تطوير الأداء المصرفي يستوجب اتخاذ الخطوات المناسبة بشكل ملموس وذلك في المدى الطويل، ولا يكون ذلك إلا باعتماد نظام إلكتروني كامل واستخدام الوسائل الحديثة لشبكات الاتصال بين البنوك وفروعها.

و لقد عمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية على تجسيد مفهوم البنك الواقف والبنك الجالس على مستوى وكالاته المنتشرة عبر كامل التراب الوطني، وذلك □ □ □ □ □ □ □ □ لانشغالات ورغبات العملاء في ظروف تحقق المنفعة المكانية والزمنية بتقديم مختلف المنتجات والخدمات في أوقات حقيقية. إضافة إلى ذلك فاستخدامه للبطاقة البنكية في النظام المصرفي الجزائري تأخذ أبعاد جديدة وواسعة مما يسهل تداولها بين البنوك وفروعها ومختلف الأماكن الكثيرة الحركة، حيث تقوم بتسهيل المعاملات المالية بين الزبون والبنك في أي وقت وفي أي مكان.

من جانب آخر سعى البنك إلى تنظيم العمل المصرفي استجابة لتطلعات ورغبات العملاء وعلى هذا الأساس حاولنا عرض صورة واقعية عن أساليب ووسائل تطوير الخدمات المصرفية من أجل تحسين الميزة التنافسية، وركزنا في ذلك على أسلوب التدريب والتحفيز وتحسين سير عملية الاتصال إضافة إلى التركيز على الزبون وتخصيص أشخاص للتكفل به.

الخاتمة العامة

- تفعيل وبشكل جدي وعلى أرض الواقع تحول المصارف الجزائرية إلى المصارف الشاملة، والتي تقدم كافة الخدمات المتنوعة والمتطورة كخطوة هامة في مواجهة المنافسة العالمية، بالنظر إلى صغر حجم المصارف الجزائرية ومحدودية قدراتها، كما أن التوجه نحو الاندماجات إن كانت فيما بين المصارف العمومية أو بين المصارف العمومية والمصارف الأجنبية بإمكانه أن يخلق مصارف قوية قادرة على المنافسة والاستجابة لمتطلبات الإقتصاد الجزائري كما سيساهم في تقوية رأسمالها وزيادة حجم أصولها.
- تطوير التقنية التكنولوجية المصرفية بالاهتمام بالثروة التقنية وذلك بإدخال الوسائل التكنولوجية الحديثة والمعلوماتية في العمل المصرفي، خاصة عن طريق تشجيع الشراكة مع المصارف الأجنبية، والذي من شأنه أن يؤدي إلى تطوير الأداء المهني والتقني للجهاز المصرفي الجزائري.
- إن تفعيل الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري سوف يتيح للنظام دخول العصرية من أبوابها الواسعة سواء تعلق الأمر بالمصارف التجارية وبنك الجزائر أو المؤسسات المالية الأخرى،
- توسيع دائرة المنافسة في مجال الخدمات المصرفية بالسماح للمؤسسات المالية غير المصرفية الدخول إلى السوق المصرفية سينعكس إيجابا على تطور الجهاز المصرفي وخلق نوع من الدينامكية والنوعية.
- تنويع الخدمات المصرفية بشكل يستجيب لمتطلبات النشاط الإقتصادي، ويستجيب أيضا لحاجة المجتمع الجزائري وإسترجاع المتعاملين خارج الدائرة المصرفية، وذلك بغرض التمكن من محاربة ظاهرتي الإكتناز والإقتصاد الموازي وغير الرسمي المستفحلتين في الإقتصاد الجزائري]] وبالتالي فإن تحديث الخدمات المصرفية سيحارب وبقوة هاتين الظاهرتين اللتان تضران به.
- تحديث نظم الإدارة والسياسات المصرفية، والإرتقاء بالعنصر البشري بالعمل على تطوير الموارد البشرية بالتأهيل والتدريب بما يتناسب مع عملية التحديث وتقنيات العمل المصرفي الحديث.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أ- الكتب باللغة العربية:

- 1- أبو عتروس عبد الحق: الوجيز □ البنوك التجارية (عمليات، تقنيات، تطبيقات) □ بدون دار النشر، الجزائر، 2000.
- 2- أحمد محمود أحمد، تسويق الخدمات المصرفية مدخل نظري تطبيقي، دار البركة للنشر والتوزيع □ عمان-الأردن، ط1 □ 2001.
- 3- الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، الطبعة الثالثة، 2003.
- 4- الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ط2 □ ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر □ 2003.
- 5- بدير حداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للنشر والطباعة، القاهرة، 1999.
- 6- تامر البكري وأحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، ط1 □ إثراء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2008.
- 7- حسن سمير عيش، التحليل الائتماني ودوره □ ترشيد عمليات الإقراض والتوسع النقدي □ البنوك، عمان-الأردن، 2010.
- 8- حميد الطائي و آخرون، ادارة عمليات الخدمة، دار البازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 9- □ □ □ □ عبد الله، الاقتصاد المصرفي، البنوك الإلكترونية، البنوك التجارية، السياسة النقدية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2008 □
- 10- نرومي مسعود: أطروحة مقدمة □ □ □ شهادة دكتوراه دولة، السياسة المالية ودورها □ تحقيق التوازن الاقتصادي، □ □ □ الجزائر، 1990-2004.
- 11- ربحي مصطفى عليان إيمان فاضل السامرائي، تسويق المعلومات، دار الصفاء، الأردن، 2006.
- 12- زكي □ □ □ الساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، ط1 □ دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2003.
- 13- زياد رمضان، مبادئ التأمين، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 1999.

- 14- سامر بطرس جلدة، النقود والبنوك، ط1 دار البداية ناشرون وموزعون، عمان-الأردن 2009.
- 15- شاكِر القزويني، محاضرات □□ اقتصاد البنوك، نيوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
- 16- صادق راشد الشمري، إدارة المصارف، الواقع والتطبيقات العملية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 17- صلاح عطية، □□□□□□ الاستثمار والتمويل □□ البنوك التجارية، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2003.
- 18- عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، دار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2001.
- 19- عاطف جابر طه، تنظيم وإدارة البنوك، الدار الجامعية الإسكندرية، 2008.
- 20- فلاح حسن الحسيني ومؤيد عبد الرحمان يوسف، إدارة البنوك مدخل □□□ استراتيجي معاصر، ط1 دار وائل للطباعة والنشر، عمان-الأردن، 2001.
- 21- فوزي عطوى، علم الاقتصاد □□ النظم الوضعية والشرعية الإسلامية، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، 2005.
- 22- متولي عبد القادر، اقتصاديات النقود والبنوك، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان-الأردن، 2008.
- 23- محسن أحمد الحضري، التسويق المصرفي، إتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
- 24- محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
- 25- محمد زكي الشافعي، مقدمة □□ النقود والبنوك، مصر، 1999.
- 26- محمد محمد سعيدان، تحليل وتقييم دور البنوك □□ □□□□□□ □□□□□□ الأموال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 27- محمد السعيد □□□ جويلي، إمكانيات رفع كفاءة أداء البنوك العامة المصرية □□ ظل المتغيرات الدولية الجديدة، رسالة ماجستير غير منشورة □□□□□□ عين الشمس، القاهرة، مصر 2007.
- 28- محمود جاسم الصميدي، رندية عثمان يوسف، التسويق الاستراتيجي، دار الميسرة والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011.

- 29- محمود جاسم الصميدعي، رردينة، عثمان يوسف التسويق المصرفي، مدخل استراتيجي □ □ □ □ □ □ □ □ ط1 دار المناهج للنشر والتوزيع، □ □ □ -الأردن، 2005
- 30- مدحت صادق، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2001.
- 31- ناظم محمد نوري الشمري، وعبد الفتاح زهير، المعدلات المصرفية الالكترونية الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، ط1 دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2008.
- 32- وسيم الحداد، شقيرى النوري وآخرون □ الخدمات المصرفية الالكترونية، ط1 دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، 2012.
- 33- منير إبراهيم الهندي، الفكر الحديث □ □ □ □ التمويل، الجزء1 بدون دار نشر، الإسكندرية □ 1999.
- 34- رصفي عبد الرحمان النعسة، التسويق المصرفي، دار الكنوز لمعرفة □ عمان-الأردن، 2011.

ب- الكتب باللغة الأجنبية:

- 1- Ammon Ben Halima, pratique des technique bancaires, référence l'algérie, editiondahlabalger 1997.
- 2- ammeur ben halima, pratique des techniques bancaires, éditions dahleb,alger,1997.
- 3- cloudej simon, « les bauques edition »,la de couverte, paris- France, 1994.
- 4- farouk bouyacoub, lénirepaie et le financement barcaire, édition casaboh regérie, 2001.
- 5- jean marc béguin, et arnand bernard «Lessentiel des technique » ,édition d'organisation eprol,paris-France,2eme tirage, 2010.
- 6- kotler philip, marketing management , 12edition, France person education,2006.
- 7- La création de la BGM, revue Maghreb développement actualité n°14, aout 1999.
- 8- Marcel aucoin, oers l'argent électronique _banque d'hier ; d'aujourd'hui et de demain, collection banque et stratégie par christian de boissieu, édition séfi, québec, canada, 1996.
- 9- Michhel badoc, morqeting management les sociétés financiere, Edition l'organisation, paris, 1998.

- 10- زيدان محمد، نور التسويق □ □ القطاع المصرفي، رسالة دكتوراه غير منشورة، العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2004.
- 11- زيتوني □ □ □ □ نور نظام التأمين □ □ الودائع □ □ البنوك من التعثر، مذكرة مقدمة □ □ شهادة الماجستير تخصص علوم اقتصادية □ □ □ □ وبنوك □ □ □ □ ورقلة، 2011-2012.
- 12- □ □ □ □ □ □ □ □ الآثار المتوقعة لانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة ودور الدولة □ □ التأهيل الاقتصادي، □ □ □ □ العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، □ □ □ □ فريحات عباس، سطيف، العدد الأول، 2002.
- 13- عبد الرحيم وهيبة، إحلال وسائل الدفع المصرفية والتقليدية الإلكترونية، رسالة ماجستير □ □ علوم التسيير تخصص نقود ومالية، □ □ □ □ العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، □ □ □ □ الجزائر، 2006.
- 14- فاطمة بوسالم: أثر تحرير التجارة الدولية □ □ الخدمات □ □ كفاءة النشاط المصرفي □ □ الدول النامية، مذكرة ماجستير □ □ العلوم الاقتصادية، □ □ □ □ قسنطينة 2 □ □ 2010-2011.
- 15- فوزية أحمد عبد الحميد سعد، جدى الاندماج المصرفي □ □ التطبيق □ □ المصارف الإسلامية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر، 2006.
- 16- فرمات لمياء، وسائل الدفع الحديثة □ □ تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماستر، تخصص □ □ □ □ وبنوك المركز الجامعي □ □ □ □ □ □ 2013-2014.
- 17- محلوس زكية: أثر تحرير الخدمات المصرفية □ □ البنوك العمومية الجزائرية □ □ مذكرة ماجستير تجارة دولية، جامعة ورقلة □ □ 2008-2009.
- 18- مراد رابحي، الجهاز المصرفي الجزائري واقع وآفاق، مذكرة □ □ □ □ شهادة الماجستير □ □ العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، فرع تسيير، الجزائر، 2000/2001.
- 19- مغراج هوارى، تأثير الساحات التسويقية □ □ تطور الخدمات المصرفية □ □ المصارف التجارية الجزائرية، أطروحة دكتوراه □ □ علوم التسيير □ □ □ □ العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير □ □ □ □ الجزائر، 2005.
- 20- ميهوب سماح، الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية، مذكرة □ □ □ □ □ □ □ □ شهادة الماجستير □ □ البنوك والتأمينات، جامعة قسنطينة، 2004-2005.

21- أعراف فايزة، مدى تكيف النظام المصرفي الجزائري □□ معايير □□□□ بازل، رسالة ماجستير □□ العلوم التجارية، فرع إدارة الأعمال، □□□□ العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، □□□□□□ المسيلة، 2010.

22- نادية عبد الرحيم: تطور الخدمات المصرفية ودورها □□□□□□ النشاط الاقتصادي مذكرة □□□□ شهادة الماجستير □□ العلوم الاقتصادية فرع نفود و بنوك □□□□□□ الجزائر 3 □□□□□□ 2010-2011.

23- بسرى عرامة: نور التسويق المصرفي □□ تطوير الخدمة المصرفية □□ مذكرة ماستر تخصص □□□□□□ و بنوك، المركز الجامعي □□□□□□ 2012-2013.

د - الملتقيات والمؤتمرات:

1- آيت زيان □□□□ حورية آيت زيان، الصيرفة الإلكترونية □□ الجزائر، المؤتمر العلمي الخامس بعنوان: نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، المنظم □□□□□□ فيلاديلفيا □□□□□□ العلوم الإدارية والمالية، عمان، الأردن والمنعقد يومي: 4-5 جويلية 200.

2- □□□□□□ عماري، التسويق □□ المؤسسة المصرفية الجزائرية، □□□□□□ المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي _ واقع وتحديات _ المنظم □□□□□□ العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، □□□□□□ الشلف، يومي 14 و 15 ديسمبر 2004.

3- محمد بوزيان □□□□□□ بلحش، مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونية □□ الجزائر، الفرص والتحديات، الملتقى الوطني حول الإصلاحات الاقتصادية □□ الجزائر والممارسة التسويقية، معهد علوم التسيير، المركز الجامعي، بشار، المنعقد يومي 20-21 أبريل 2004

هـ - المجلات والمنشورات:

1- الجزائر أرض القرض، مصاريف عن طريق التحديث، □□□□□□ الاقتصاد والأعمال، عدد خاص، ديسمبر 2003.

2- □□□□□□ البنوك □□ الأردن، دائرة الدراسات، الاندماج والاستحواذ المصرفي: المفهوم، الأنواع والدوافع، والآثار الإيجابية والسلبية، العدد 03 من □□□□□□ الاندماج والاستحواذ المصرفي، المؤسسة الأردنية للتصميم والطباعة، عمان، الأردن، مارس 2010.

3- مصطفى عبد اللطيف، □□□ بعنوان "نور البنوك وفعاليتها □□ تمويل النشاط الاقتصادي،
□□□ الجزائر □□□ الباحث، العدد 04□2006.

4- يوسف سعداوي، وباشونددترفيق □□□□ بعنوان "النظام البنكي الجزائري ونظيره □□ تونس
والمغرب، دراسة مقارنة، □□□ العلوم الإنسانية، السنة الخامسة، العدد 36□...2008.
-5

و- الجرائد:

1- زايدي فتيس، البنوك الجزائرية □□□□ □□□□ ضمن أكبر 84 □□□□ □□ العالم العربي،
جريدة النهار الجديد، العدد 963□2010/12/12.

2- سعاد، الأمر المعدل لقانون 90-10 المتعلق بالنقد والقرض، بوتقليقة يقرر رهن الذهب،
جريدة الخبر اليومي، العدد 3865، الصادرة في 24/08/2003.

ز- القوانين والأوامر والمراسيم:

1- أمر رقم 03-04 المتعلق بنظام ضمان الودائع المصرفية، الجمهورية الجزائرية
الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد: 35□2004/06/02.

2- قانون رقم 02-04، ويحدد شروط تكوين الحد الأدنى للاحتياطي الإلزامي، الجمهورية
الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد: 27□2004/04/28.

3- قانون رقم 01-4 المتعلق بالحد الأدنى لرأسمال البنوك والمؤسسات المالية العاملة □□
الجزائر، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد: 52□
2003/08/27.

4- قانون رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية،
الجريدة الرسمية، العدد: 52□2003/08/27.

5- الأمر 03-11 المؤرخ □□ 2003/08/21، يتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية العدد
52.

6- أمر رقم 01-93 المؤرخ □□ 1993/01/03، يحدد شروط تأسيس بنك ومؤسسة □□□□
وشروط إقامة فرع بنك مؤسسة □□□□ وأجنبية، الجريدة الرسمية العدد 17 الصادر □□
1993/03/14.

7- قانون 86-12 الصادر □□ 20 أوت 1986 المتعلق بنظام البنوك والقرض.

- 8- مرسوم رقم 82-106 المؤرخ □ □ 13 مارس 1982، المتعلقة بإنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الجريدة الرسمية، العدد 11 □ 16/03/1982.
- 9- أمر رقم 66-336 المؤرخ □ □ 17 رمضان 1386 هـ الموافق □ 29 ديسمبر 1966، والمتضمن إحداث القرض الشعبي الجزائري، الجريدة الرسمية، العدد 110 □، الجزائر، 1966.
- 10- قانون 62-144 الصادر □ □ 13 ديسمبر 1962 الجمعية التأسيسية للبنك المركزي الجزائري.

الملاحق

الملحق رقم 1 : الهيكل التنظيمي للمجمع الجهوي للإستغلال - □ □ □ □ 055-

